



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

ANA LUISA ARAUJO MOURA

***Nexo Jornal* e o jornalismo criativo como possibilidade**

Brasília - Distrito Federal

2019



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

ANA LUISA ARAUJO MOURA

***Nexo Jornal* e o jornalismo criativo como possibilidade**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo
da Faculdade de Comunicação da Universidade
de Brasília como requisito parcial para obtenção
do grau de Bacharel em Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Assis
Paniago

Brasília - Distrito Federal

2019

ANA LUISA ARAUJO MOURA

***Nexo Jornal* e o jornalismo criativo como possibilidade**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo
da Faculdade de Comunicação da Universidade
de Brasília como requisito parcial para obtenção
do grau de Bacharel em Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Assis
Paniago

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo Roberto Assis Paniago

Orientador - JOR/FAC/UnB

Profa. Dra. Suelen Brandes Marques Valente

Examinadora - DAP/FAC/UnB

Profa. Dra. Rafiza Luziani Varão Ribeiro

Examinadora - JOR/FAC/UnB

Prof. Dr. Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho

Suplente - COM/FAC/UnB

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me sustentado e me dado forças durante a realização da minha graduação e deste projeto.

Agradeço ao meu orientador Paulo Paniago por ter me ajudado, guiado e por ter sido de fundamental importância para que este trabalho acontecesse.

Agradeço à minha mãe Maria Dalva Araujo e ao meu irmão João Vitor Araujo que sempre tiveram paciência comigo e me apoiaram.

Agradeço ao meu amigo Pedro Ivo Araújo que me incentivou e me acalmou quando foi preciso.

*Entre as coisas humanas que podem nos
assombrar, vem a força do verbo em primeiro
lugar.*

Raduan Nassar.

RESUMO

Quando se pensa em criatividade, é comum relacioná-la à área da comunicação, mas, dificilmente, essa associação ocorrerá no jornalismo. Normalmente, ela ocorre em outra área, a publicidade. O que será abordado neste projeto é a conexão que há entre criatividade e jornalismo e como ela deveria ser melhor aproveitada. O *Nexo Jornal* é o objeto deste estudo. A forma que o veículo de comunicação faz notícias mostra que é possível existir um método de informar o público que seja incomum e inovador. A criatividade pode fazer, e geralmente faz, um texto jornalístico ter grande destaque. Mas, para o jornalista conseguir usar a própria criatividade, é necessário que haja reflexão, que ele a entenda e a perceba. Quando existe a percepção dessa característica, o redator consegue expandir e trabalhar mais satisfatoriamente e o que ele elabora a partir dessa compreensão é mais acurado e, ao mesmo tempo, mais atrativo ao leitor.

Palavras-chave: comunicação. jornalismo. criatividade. percepção. *Nexo Jornal*.

ABSTRACT

When thinking about creativity, it is often related to the area of communication, but this association is unlikely to occur for journalism. Typically, it occurs for another area, advertising. What will be addressed in this project is the connection between creativity and journalism and how it should be better exploited. *Nexo Jornal* is the object of this study. The way that the news outlet makes news shows that it is possible to have an unusual and innovative method of informing the public. Creativity can, and often does, make a journalistic text stand out. But for the journalist to be able to use his own creativity, there needs to be reflection, and understanding. When this feature is perceived, the writer can expand and work more satisfactorily, and what he draws from this understanding is more accurate and at the same time more attractive to the reader.

Keywords: communication. journalism. creativity. perception. *Nexo Jornal*.

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1 - O índice da matéria sobre depressão é dividido de forma que esclarece ponto a ponto o assunto.....	51
Figura 2 - Os veículos mais envolvidos em acidentes de trânsito são os carros..	52
Figura 3 - O jornal explora vários tipos de infográfico.....	53
Figura 4 - Como é dividido os dez capítulos da matéria sobre o movimento de Bauhaus.....	57
Figura 5 - Infográfico sobre a tramitação da reforma da Previdência em 2019.....	58
Figura 6 - Exemplo de recurso utilizado pelo <i>Nexo</i> para deixar o texto mais visualmente atrativo.....	60
Figura 7 - Partilha dos recursos do pré-sal.....	61
Figura 8 - Infográfico do <i>Nexo</i> que explica qual seria o destino do dinheiro.....	65
Figura 9 - A disposição no site das matérias da editoria acadêmico.....	67
 Quadro 1 - Critérios analisados nas matérias.....	 41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
1.1 Objetivos.....	12
1.2 Perguntas de pesquisa.....	12
 2 EMBASAMENTO TEÓRICO.....	 14
2.1 Principais teorias.....	14
2.2 Criatividade.....	16
2.3 Percepção.....	20
 3 CRIATIVIDADE NA COMUNICAÇÃO.....	 25
 4 MÉTODO DE ANÁLISE.....	 40
 5 NEXO JORNAL.....	 45
5.1 Jornalismo explicativo.....	46
5.2 Criatividade no <i>Nexo Jornal</i>	47
 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 73
 REFERÊNCIAS.....	 75

1 INTRODUÇÃO

A imaginação de um indivíduo quando funciona de forma primitiva — sem conceitos pré-definidos e denominações que todo sujeito aprende à medida em que se socializa — não encontra tantas barreiras imaginativas impostas por essa cultura que ele está inserido.

A criatividade é característica que todo ser humano possui e que pode ser desenvolvida. Entre outros aspectos, este trabalho fala de como a percepção que o jornalista tem de si — se ele se entende como sujeito criativo ou não — afeta a forma que ele usa essa particularidade. Uma vez compreendida a dimensão desse aspecto, que é intrínseco a todos os seres humanos, o jornalista poderia não somente usar a inovação, como também conquistar outros resultados e passar a produzir maneiras incomuns de se fazer jornalismo. Para estudar essa possibilidade, o *Nexo Jornal* é analisado nesta pesquisa. Criado em 2015, o veículo de comunicação tem o intuito de fazer não só jornalismo independente, financiado exclusivamente por leitores, como também trazer para o Brasil um método que existia em outros países mas ainda não por aqui: o jornalismo explicativo.

A relação entre criatividade e jornalismo, se não é pouco estudada, é pelo menos em uma menor quantidade que a relação entre criatividade e publicidade. O desenvolvimento do trabalho e do cotidiano jornalístico, geralmente, é um processo no qual se aprende um método e o redator o reproduz durante a carreira. Não há incentivo, muitas vezes, ou mesmo espaço, para que o jornalista inove. Os veículos de comunicação disputam para entregar primeiro notícias que, no final das contas, estarão em todos os lugares. Ainda assim, o jornalismo consegue encontrar saídas e criar novos formatos de veicular notícias. Entretanto, a criatividade é mais possível de acontecer a partir de um processo lento e, principalmente, de uma necessidade. Não é um recurso incentivado a ser expandido no dia a dia ou inserido no cotidiano.

Um exemplo do que os veículos têm feito de novo são os *podcasts* — programas feitos em áudio, jornalísticos ou não, e normalmente distribuídos por

meio de plataformas digitais. Veículos que têm o formato de áudio, como a *CBN*, adotaram isso há mais tempo. Jornais online, que também ainda produzem conteúdos impressos, passaram a gravar *podcasts* e disponibilizar não somente nas plataformas digitais esse conteúdo, como também nos sites. O *Nexo Jornal* também veicula notícias e conteúdos jornalísticos através de *podcasts*. Mas, como será explicado mais adiante neste trabalho, o jornal vai além disso e inova também em outros formatos. Seja nos nomes das editorias ou na despreocupação em não colocar como manchete um assunto que é notícia principal em outros veículos de comunicação. O jornal procura ir além do fato e explica o que o antecedeu. Os redatores não assumem que o leitor sabe do contexto e procuram sempre descrever conjunturas o máximo que conseguem.

Pensar em novas maneiras de criar algo que há muito tempo teve apenas um método de se fazer não é tarefa fácil. Para fazer isso é necessária quebra de padrões estabelecidos e mudança de rotinas muito intrínsecas ao fazer jornalístico. Existe um condicionamento de como se deve escrever e qual a maneira correta de realizá-lo, isso é ensinado e muitas vezes está dentro dos manuais das redações. Ter manual dentro de um veículo é algo positivo, visto que é necessário que o jornal tenha uniformidade na escrita. Mas, na maioria das vezes, ser imposto redigir texto dentro de limites — tanto de diagramação, quanto de pensamento ou forma — não deixa espaço para se idealizar, e, conseqüentemente, a criatividade que existe no decorrer do processo mental fica prejudicada e inviabilizada de existir.

O redator usa criatividade sempre que vai escrever matéria. Contudo, no jornalismo não se fala no conceito, não é percebido como esse aspecto é natural a todos os processos jornalísticos. Não é encorajado que se desenvolva um traço criativo nos redatores, porque, muitas vezes, não há tempo para isso.

É necessário que haja reflexão de como pode se realizar maneiras mais criativas de jornalismo além das que são feitas hoje. Porque o jornalismo como se conhece precisa ser reinventado visto que o mundo a sua volta muda. Além disso, o serviço público que os jornalistas prestam à sociedade, de mantê-la informada sobre o que acontece, deve ser aprimorado e acompanhar essas mudanças.

Para que a criatividade possa ser valorizada — e usada, para sair dos padrões usuais de uma notícia e chamar a atenção para diferenciais — ela precisa ser entendida, estudada; é natural que não se tenham muitos estudos que liguem as duas práticas: jornalismo e criatividade, pois não são conceitos que normalmente se associam nas teorias de comunicação. Além disso, entender a ideia de percepção é fundamental para explicar como a criatividade no jornalismo age e como ela poderia agir. A percepção que cada indivíduo tem de sua própria criatividade é determinante para que ele a compreenda e a usufrua melhor.

Este estudo é importante, uma vez que a criatividade precisa ser aprendida dentro do jornalismo como forma de percepção do mundo. O trabalho do jornalista é enxergar o mundo de forma inovadora para, a partir daí, escrever com o conhecimento que foi compreendido e armazenado. Sendo assim, ter artifícios criativos e principalmente estímulos que incitem o jornalista a ser inovador é fundamental para que o jornalismo como é feito hoje possa no futuro ter forma dissemelhante.

Antes de analisar como o *Nexo Jornal* usa a criatividade, foi esclarecido quais conceitos são fundamentais para entender porque o que o jornal faz é não só criativo como também importante.

Este trabalho contém quatro capítulos. No primeiro deles é destrinchado o conceito de criatividade e percepção. Como a criatividade é importante e inata ao ser humano e, principalmente, como ela ser podada pela cultura contribui para que criar seja mais difícil do que deveria. A percepção é explicada como chave fundamental para que a criatividade seja desenvolvida. Quando o ser humano começa a perceber mais sensível e atentamente o mundo ao redor ele tem mais elementos para exercer a criatividade. O jornalista precisa apurar quais fatos são ou não notícia, ou seja, quanto mais aguçada a percepção, mais fácil o trabalho dele se torna.

No segundo capítulo é exposto, primeiramente, como o jornalista usa a criatividade no cotidiano jornalístico. Mas é apontado também como perceber a

criatividade iria ajudar o jornalista a realizar seu trabalho de maneira melhor e mais assertiva.

No terceiro capítulo é explicada a metodologia usada na pesquisa, a qual é análise de conteúdo. No quarto e último capítulo se introduz o *Nexo Jornal*. É abordada a história do veículo de comunicação e se esclarece qual é a forma de publicar notícias que ele se propõe a fazer: o jornalismo explicativo. No capítulo também contém a parte principal deste trabalho que é a análise da criatividade do *Nexo*. É explorado ainda como ele inova. Além disso, é avaliado se o método tem dado certo, e quais são as limitações que ele enfrenta, ou seja, onde ele não consegue aplicar a criatividade.

1.1 Objetivos

Os objetivos principais do estudo são: entender o que o *Nexo* faz de diferente que o leva a se destacar; refletir até onde o jornalista pode utilizar sua criatividade e onde ela é podada e, até mesmo, esquecida e anulada; justificar o saber de que todos necessitam da criatividade para escrever um texto de cunho jornalístico, quais são os pensamentos contrários a isso e até onde a inovação pode ser usada sem sair do princípio de passar uma informação com clareza e verdade. Para isso, serão usadas teorias que estão na psicologia, como as que abordam percepção, e teorias da criatividade.

O trabalho ainda tem como objetivo demonstrar se existe e qual a importância de o jornalista perceber a própria criatividade para que possa melhor usá-la. Desvendar se o uso consciente da percepção leva o jornalista a fazer um trabalho mais acurado, e de que forma esse uso amplificaria as habilidades do jornalista.

1.2 Perguntas de pesquisa

As perguntas de investigação que serão respondidas ao longo desta monografia são: Em que medida a criatividade pode ser usada como ferramenta

para possibilitar ao jornalismo realizar outras maneiras de veicular notícias? Como o *Nexo Jornal* utiliza a criatividade no jornalismo? Como a criatividade ajuda o jornalismo?

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 Principais teorias

Uma das principais teorias que guiará este trabalho é a do *habitus*, do sociólogo Pierre Bourdieu (1990). O francês foi professor boa parte da vida e ainda é uma das principais referências no campo da sociologia.

No capítulo “Espaço social e poder simbólico”, da obra *Coisas ditas*, o *habitus* é não apenas construção e produção de uma prática dentro da sociedade, mas também a percepção do lugar de outro indivíduo, de onde este outro fala e de porque a posição que ele ocupa dentro do espaço é também um discurso.

[...] o *habitus* implica não apenas um *sense of one's place*, mas também um *sense of other's place*. Por exemplo, a propósito de uma roupa, de um móvel ou de um livro, nós dizemos: “Isso é coisa de pequeno burguês”, ou: “Isso é coisa de intelectual”. Quais são as condições sociais de possibilidade de um tal juízo? (BOURDIEU, 1990, p. 159)

Ele explica que é em razão das condições sociais da possibilidade deste julgamento que existem os condicionamentos sociais em que todos dentro de uma sociedade estão inseridos. Os agentes, segundo o sociólogo, se autoclassificam ao exercerem o simples ato de escolher um tipo de bebida ou um tipo de roupa. Ao escolher entram em determinada classificação do condicionamento social. E não apenas isso, Bourdieu (1990) defende, neste capítulo, que os agentes que estão de fora são capazes de reconhecer uma classificação, por exemplo, um burguês.

A percepção de mundo e da criatividade afeta como o jornalista se entende, se ele tem uma identificação de si como criativo ou não. O lugar ocupado é diferente do publicitário, pois esse, ao menos se força a se entender como criativo, ou pelo menos tem mais estímulos para isso. O jornalista, geralmente, não se enxerga dessa forma e nem recebe tantos incentivos.

Sobre percepção ainda, outro teórico que aparecerá bastante neste texto é o filósofo Merleau-Ponty (2015). Em sua obra *O primado da percepção e suas*

consequências filosóficas o autor lembra a percepção, na psicologia tradicional, como sendo a lembrança de mosaicos já prontos, não a percepção inicial de um objeto. Percepção é a lembrança de episódios que foram vistos anteriormente, ou seja, é a reunião de vários acontecimentos em um só.

E mesmo que um objeto não seja visto de todos os lados por uma pessoa, um outro indivíduo ocupará outra posição para percebê-lo de um lugar diferente. Segundo Merleau-Ponty (2015), mesmo que um elemento ainda não esteja percebido, ele pode ser alcançado e a percepção deste outro lado também, senão por outra pessoa, por ele mesmo, para isso ele usa a metáfora da lâmpada, “[...] é como uma síntese prática: posso tocar a lâmpada, e não somente segundo a face que se volta para mim, mas ainda o outro lado; bastaria que eu esticasse a mão para captá-la” (MERLEAU-PONTY, 2015, p.34). É defendido que a percepção é a fonte da qual se nutre a criatividade, por isso os estudos de percepção estão expostos neste trabalho.

As teorias abordadas neste estudo sobre criatividade e explicações do que o conceito significa são, na maior parte, da psicóloga Eunice Soriano de Alencar, que é P.h.D. em Psicologia pela Universidade de Purdue, que fica nos Estados Unidos, além de ser professora de psicologia na Universidade de Brasília e especialista em criatividade. Para ela, ser criativo é ter conjunto de habilidades cognitivas. Uma das principais é a capacidade humana de armazenar conteúdo daquilo que se viu e ouviu. Ter ideia criativa não é apenas possuir ou apresentar um lampejo ou iluminação, existe processo até que uma compreensão seja concebida. Ela não surge simplesmente, é reunião de fatores que foram observados e guardados.

Ser criativo é pensar de forma incomum, de modo que se solucione um problema. Para se desenvolver a criatividade é necessária que uma cultura ao redor do indivíduo favoreça o surgimento dessa característica. Mas, a realidade é que desde muito cedo ideias estranhas são normalmente criticadas, dessa forma, se poda e se limita o potencial inovador.

[...] o potencial criativo é uma característica humana universal que necessita

de condições adequadas para que possa se desenvolver plenamente. Sabemos ainda que a criatividade tem mais chances de se manifestar naquelas pessoas que apresentam um conjunto de atitudes, valores, interesses, motivações e traços de personalidade que predispõem o indivíduo a pensar de uma forma independente e flexível e a fazer uso de sua imaginação. (ALENCAR, 1993, p.66)

A cultura que cerca o indivíduo e molda a personalidade é eficaz e estável. Para se pensar em outra lógica, seja de ensinar um indivíduo ou de modificar as estruturas construídas ao redor dele, é necessário uma quebra grande do que se conhece hoje, em outras esferas do convívio social, mas, principalmente, no que tange ao processo de educação.

2.2 Criatividade

Tatiana de Cássia Nakano (2012), doutora em criatividade no ensino fundamental, afirma que ser criativo é uma forma de ser inteligente; é inteligência seguindo outro caminho para se expressar. E o caminho natural é aquele que é imposto, e que, de certa forma, reprime ideias e também atitudes extravagantes e incomuns. Essa relação entre os dois assuntos, ser criativo e inteligente, continua sendo amplamente estudada e debatida, mesmo sem ainda se ter chegado a um consenso entre os estudiosos da área. Para a autora citada, há quem relacione inteligência e criatividade como sendo dois conceitos independentes (HATTIE & ROGERS, 1986), e há quem estude os dois como sendo relacionáveis a partir de certo nível, que é o caso da *threshold theory* [teoria dos limiares]. Nancy Andreasen é psiquiatra e presidente do departamento de psiquiatria da Carver College of Medicine da University of Iowa Health Care, em Iowa, nos Estados Unidos. A pesquisadora, em artigo escrito para a revista *The Atlantic*, explica que, de acordo com a *threshold theory*, ter um alto nível de QI não corresponde a ser criativo. A maioria das pessoas criativas são inteligentes, mas não necessariamente serão muito inteligentes (ANDREASEN, 2014).

Tatiana Nakano é umas das escritoras da obra *Altas habilidades/superdotação, inteligência e criatividade: uma visão multidisciplinar*. No

capítulo de autoria dela, “Avaliação psicométrica das habilidades cognitivas: relação entre inteligência e criatividade”, a psicóloga considera de fundamental importância o estudo do termo para explicar a alta habilidade, como é chamada hoje a característica que tinha outro nome no passado, superdotação.

Lubart (2007) aponta que pesquisadores, na tentativa de compreender a relação entre os dois construtos, acabaram por desenvolver uma série de pesquisas, podendo-se destacar três resultados: (1) pessoas criativas tendem a ter um QI superior ao da média, frequentemente além de 120; (2) as correlações entre criatividade e QI variam amplamente (de zero a 0,50), mas giram em torno de 0,20; (3) para QIs inferiores a 120, existe uma correlação positiva entre QI e criatividade, mas, além desse valor, frequentemente, não há relação entre eles. (LUBART *apud* NAKANO, 2007, p. 147)

Resta saber onde se encontra o limite do que é realmente intrínseco, como a superdotação, e o que pode ser aprendido, ensinado e estimulado, como a criatividade. Esse conceito, usado muitas vezes de forma banal, incentiva o uso da inteligência para resolver problemas com soluções inesperadas.

Entender como o ser humano se relaciona com o mundo e como ele desenvolve o pensamento é um território vasto e explorado. Em 2012, Tatiana Nakano realizou uma pesquisa sobre relação que existe entre criatividade e inteligência em crianças do Ensino Fundamental e concluiu que os dois conceitos estão próximos. No teste de Criatividade Figural Infantil que foi aplicado, foram avaliados: Fluência, Flexibilidade, Elaboração, Originalidade, Expressão de Emoção, Fantasia, Movimento, Perspectiva Incomum, Perspectiva Interna, Uso de Contexto, Extensão de Limites e Títulos Expressivos. Esses aspectos permitem à pesquisadora a avaliação do enriquecimento de ideias, emotividade, preparação criativa e aspectos cognitivos. Este último, por exemplo, envolve a busca de soluções criativas e inesperadas que ultrapassam um limite que foi pré-estabelecido.

Podemos verificar que o resultado total no teste de desenvolvimento cognitivo relaciona-se significativamente com o resultado total no teste de criatividade, de forma que se pode afirmar que, no presente

estudo, criatividade e inteligência encontram-se moderadamente relacionadas. (NAKANO, 2012, p. 1)

Na infância, por exemplo, se é livre para imaginar que uma colher pode ser um boneco, porque nessa idade a imaginação é apenas isso: imaginação. Ainda não foram criados estigmas e delimitações de como se pode pensar e qual é a maneira certa de fazê-lo.

Outra manifestação da criatividade é o devaneio que, segundo o professor e consultor em área de tecnologia da informação e comunicação Silva Filho (2013), é a manifestação involuntária de pensamentos que ocorrem ao longo do dia, é imaginar coisas que poderiam acontecer, é estar acordado e, mesmo assim, estar sonhando. “Trata-se de uma maneira de visualizar algo que você deseja criar a partir de um conjunto de percepções envolvidas” (SILVA FILHO, 2013, p. 61).

Essas percepções são interações rotineiras e cotidianas. Quando se vivencia algo, essa memória fica armazenada e a partir dela criam-se outras memórias e imaginações, que não são reais ainda. Dessa forma funciona a criatividade, principalmente quando existe um espaço para o pensamento descansar, nessa pausa surge um conjunto de memórias e fragmentos de situações vividas que se unem e se transformam em uma ideia ou solução criativa.

Alencar (1993), na obra *Criatividade*, afirma que a solução de um problema raramente acontece quando o indivíduo está incansável na busca de alguma resposta. Muitas vezes, a resolução somente irá aparecer quando existir pausa e descanso. Inclusive, essa saída pode estar em momentos de lazer.

Na publicidade, a palavra criatividade é muito estudada. Contudo, aos poucos essa aceitação de que ser criativo não é algo inerente, mas totalmente estimulável, também ganhou espaço nos estudos sobre o uso do termo na área. Ser criativo significa criar, em primeira escala, e se levada em conta a etimologia da palavra.

Artigo sobre criatividade no processo de criação da publicidade — que também é uma pesquisa relacionada a como ganhadores de um prêmio de propaganda trabalharam sua criatividade para conseguir vencer o concurso — revelou que o processo da criatividade é solucionar problemas. A pesquisa feita

pelos pesquisadores e publicitários Laurindo e D'Avilla (2007) tem como conclusão que criatividade é procurar uma saída que ainda não foi vista, usando para isso a associação de acontecimentos que o ser humano vê e ouve, e assim interpreta e soluciona adversidades de acordo com cada experiência.

Edson Zogbi é especialista em criatividade e planejamento estratégico de marketing. Estudou vinte e cinco anos o assunto e escreveu o livro *Criatividade: o comportamento inovador como padrão natural de viver e trabalhar*. Para o autor, quando pequenos, seres humanos são atraídos por novas informações, primeiramente motivados pelo instinto da sobrevivência, logo após, pela busca do prazer (ZOGBI, 2014).

Alencar (1993) determina que a rejeição do diferente é a principal barreira ao desenvolvimento da criatividade.

Observam-se fortes reações contra aqueles indivíduos que divergem, que são diferentes ou originais. Desde muito cedo, se diz para a criança o que o menino pode fazer e o que a menina pode fazer, o que se pode pensar e como se deve atuar. Todo o processo de socialização é no sentido de conduzir à uniformidade de comportamento e de expressão e de desencorajar a diversidade e originalidade. (ALENCAR, 1993, p. 61)

Alencar (1993) afirma que para ser criativo é fundamental ter atitude observadora e ser capaz de olhar para o acaso. É questão de lógica, segundo ela. Quem não aguarda o inesperado não o perceberá quando ele chegar. Cientistas diversos alcançaram novas descobertas a partir da capacidade de olhar e esperar, um dos exemplos é Wilhelm Röntgen, que descobriu os raios X. Mas nada disso parte do acaso, é necessário exercitar o cérebro para que fique atento ao incomum, e estimular a ter essa postura como hábito.

O correto uso da percepção leva ao melhor uso da criatividade, uma vez que criatividade nasce com cada indivíduo, e esta só precisa ser encorajada e incitada. Quando esse traço individual que cada um possui não é incentivado, não encontra viabilidade para conseguir existir. “A criatividade, como qualquer traço ou

característica humana, necessita de condições adequadas para que possa desenvolver-se” (ALENCAR, 1993).

Alencar (1993) diz que todo indivíduo quando nasce se adapta e internaliza a cultura que está pronta. A forma como ele vai se socializar depende do mundo que o aguarda antes mesmo de nascer. A criatividade também é assim, dentro da família de determinado indivíduo pode existir possibilidade, condições e valores dominantes para que ela aflore. Assim é também com a escola, que propõe objetivos a alcançar. Nesse momento a criatividade pode ser podada ou incitada. Se naquele círculo social que um ser humano está inserido não existirem fatores intrapessoais e interpessoais que estimulem a produção criativa, a criatividade deixa de existir aos poucos, tanto na individualidade como na coletividade — na vida em sociedade. Depende da quantidade de interação entre os fatores citados para que exista número maior ou menor de elementos criativos.

Ser criativo, então, não depende somente da boa vontade de um indivíduo. Fatores externos a ele, sendo o principal deles a cultura, corroboram ou não para que essa característica seja aperfeiçoada. Sendo assim, desenvolver essa criatividade é quase um ato de coragem, visto que os elementos disponíveis para que essa peculiaridade surja não estão completamente acessíveis.

2.3 Percepção

Como foi abordado, criatividade é uma forma de perceber o mundo ao redor. Para a psicologia tradicional, percepção é a lembrança das experiências anteriores, não é um mosaico de instintos prontos, mas conjunto de quadros, de situações vividas, de diferentes objetos que ficam na mente durante toda a vida. E mais, a dificuldade que existe em construir um pensamento, nomeado de cegueira psíquica por Merleau-Ponty (2015), pode ser apenas o processo da concepção de uma ideia, e esse espaço de concepção precisa ser cuidado e respeitado. Perceber na infância é muito mais fácil e sensível do que perceber quando adulto, por exemplo. Nas crianças não seria simplesmente a junção de objetos, mas sim um agrupamento,

muito bem articulado, de determinados conjuntos de mosaicos. O comportamento do adulto é completamente adaptado ao espaço. O da criança, no entanto, é objetivo e sem articulações que apareceram nesse meio-pensar, pois é como se não existisse um meio-pensar, o pensamento apenas é por si só, não é carregado de estigmas (MERLEAU-PONTY, 2015).

Alencar (1993) explica que é fundamental que crianças entendam a importância da realidade, mas sem deixar de acreditar no papel da fantasia, sem repreender imaginação, ambas têm valor.

Para Merleau-Ponty (2015), percepção é até mesmo paradoxal, uma vez que algo só existe se alguém estiver ali para percebê-lo, não existe concepção de um momento se ninguém estiver presente nele. Memórias estão, intimamente, ligadas à percepção. O mundo, como é conhecido, é um encontro de todas as percepções que passaram por ele, que o descreveram, que o construíram. Segundo o autor, as percepções não podem ser tratadas como sensações.

[...] se as tratar como atos de inteligência, se a percepção for uma inspeção do espírito, e o objeto percebido, uma ideia, então, será do mesmo mundo que falamos, vocês e eu, e a comunicação entre nós será de direito, porque o mundo terá passado à existência ideal (MERLEAU-PONTY, 2015, p. 38)

Essa existência ideal seria entendida se um objeto no mundo fosse compreendido como uma inteligência que fala sobre ele, que o compreende. Quando existe a compreensão de que várias inteligências podem atuar sobre um mesmo objeto, então o mundo existe idealmente. Uma coisa não necessariamente é real para todas as pessoas, mas ela se mantém na medida em que duas ou mais pessoas dividem o mesmo pensamento sobre algo.

Não existe sentir pelo outro, perceber pelo outro. As memórias que um indivíduo têm não podem ser compartilhadas, nenhuma descrição de um momento vivido substitui vivê-lo de fato. O que se pode fazer, a partir desse pensamento, é dividir um conhecimento, e o conhecimento dividido será interpretado com a base e bagagem que o outro adquiriu a partir da percepção, o que resulta em novos

olhares. Por isso há uma importância em compartilhar um saber, os diferentes olhares em cima de um fato constroem um conhecimento único e distinto, incapaz de ser construído a partir de uma só percepção.

Merleau-Ponty expõe ainda em livro a ideia de que quando se pensa no teorema de Pitágoras — e em qualquer outro grande conceito aceito universalmente por todos — ele é uma percepção do matemático, mas ainda é uma teoria que foi aceita. Esse conhecimento precede o cenário da sociedade atual que produz novas ideias na área da matemática e, ainda assim, é aceito, estudado e validado. O teorema é o registro de uma época, de uma cultura e da sua forma de pensar, de perceber (MERLEAU-PONTY, 2015).

Há ainda uma outra percepção descrita: o ato de duvidar de um objeto. A certeza que existe em cada indivíduo é uma percepção para o autor.

Eu me apreendo, não como um sujeito constituinte, transparente a si mesmo e que desdobra a totalidade dos objetos do pensamento e da experiência possíveis, mas como um pensamento particular, um pensamento engajado em certos objetos, um pensamento em ato, e é sob esse aspecto que estou certo de mim mesmo. (MERLEAU-PONTY, 2015, p. 45)

A percepção abre espaço para a criatividade, quando existe possibilidade de perceber, existe também possibilidade de criar. A criação é, muitas vezes, o processo longo que exige ter conhecimento de mundo. Dessa forma, olhar e dialogar com o outro, conversar com aquilo que é diferente e constitutivamente distinto do que se está acostumado é não só importante como também necessário. Dado que a descrição de um objeto, de um país, de uma cultura é a percepção de uma pessoa, não a realidade daquilo que verdadeiramente é. Por isso também há a ideia de que o certo é ouvir dois lados de uma história, essa concepção faz parte do cotidiano jornalístico na medida em que um fato precisa ser noticiado, mas, necessariamente, com todos os agentes envolvidos neste acontecimento tendo sido escutados. Toda essa reflexão leva também a um questionamento filosófico: Se tudo é percepção, o que é o real?

No livro *Coisas ditas*, Bourdieu (1990) explica, no capítulo em que trata sobre realidade social, que essa realidade é um tipo de percepção e avisa que a ciência social precisa tomar como objeto não só essa realidade, mas também a percepção dela. O que contribui para que um indivíduo que nasce em determinado lugar perceba o mundo a sua volta de certa maneira são vivências e experiências, e é preciso estudar como essa percepção é construída em diferentes contextos. Quando um sujeito comum esquece que a visão que cada agente tem do espaço depende de sua posição nesse espaço acaba por repudiar conceitos universais. Para Bourdieu, é claro que os agentes atuam ativamente sobre um indivíduo, e é evidente que a construção de algo é dada pela sua visão de mundo.

[...] a busca de formas invariantes de percepção ou de construção da realidade social mascara diversas coisas: primeiro, que essa construção não é operada num vazio social, mas está submetida a coações estruturais; segundo, que as estruturas estruturantes, as estruturas cognitivas, também são socialmente estruturadas, porque têm uma gênese social; terceiro, que a construção da realidade social não é somente um empreendimento individual, podendo também tornar-se um empreendimento coletivo (BOURDIEU, 1990, p. 158).

Aqui, Bourdieu trata percepção como empreendimento coletivo. Criatividade também pode ser empreendimento coletivo, uma vez que para tê-la é necessária essa percepção, para ser construída a partir das estruturas cognitivas. Essas estruturas têm princípio social, têm concepções que antes de serem individuais, foram coletivas.

Quando o enxergar se torna perceber verdadeiramente o que se situa ao redor, pode-se usar os estímulos citados e desenvolver um conceito criativo, um objeto ainda não pensado. A junção do histórico vivido por cada pessoa é capaz de se transformar em uma ideia nova.

A imposição a escrever de determinada maneira no jornalismo não possibilita usar artifícios na escrita da própria construção social, da criatividade. Segundo Merleau-Ponty (2015), é possível entender que quando se induz algo, outra operação se encerra: a intuição, e ela não atua no vazio, não atua quando se impele

um escritor a escrever em um padrão arredondado, ela se exerce nos fatos e nos materiais também. Para ser exercida não pode ser encerrada. A percepção, provavelmente, irá atravessar compreensões adquiridas, mas deve também ser o que liga à ação, por isso a inerência de ser objetiva. Não há como ser indiferente a outro, pois as percepções se afetam, os atos estão correlacionados e afetam diretamente como um indivíduo se comporta.

Outro autor, Michel Lenoir, ao conversar diretamente com Merleau-Ponty (2015) em *O primado da percepção*, faz menção à estética, que não foi citada pelo escritor da obra, e postula que a percepção só poderia encontrar sua afirmação nela. Poderia-se entender que Lenoir, na verdade, afirma que a percepção só encontra uma libertação na atitude estética, e talvez o autor queira realmente dizer isso. Contudo, não se deve aceitar que essa libertação aconteça em apenas um meio. Ela acontece de maneiras diferentes para cada indivíduo.

O pensamento de Merleau-Ponty guia a reflexão de que não existe experiência cultural sem o primado da experiência perspectiva. “Há todo um mundo cultural que constitui uma segunda camada, acima da experiência perspectiva. Esta é como um primeiro solo sem o qual não se pode passar” (MERLEAU-PONTY, 2015, p. 62). A percepção, então, está ligada a como o indivíduo vai apreender a cultura, e essa apreensão está ligada a como ele irá desenvolver sua criatividade.

3 CRIATIVIDADE NA COMUNICAÇÃO

A criatividade, por estar passível de ser estimulada, pode também ser podada por vários mecanismos que estão presentes na cultura. Indivíduos negligenciam o potencial criativo, muitas vezes, por ser um processo natural e de socialização. Quando alguém tem ideia considerada absurda, por medo de ser hostilizado, não compartilha o pensamento com outras pessoas. Seria uma autocensura e um bloqueio.

Quando o jornalista se desinteressa pela própria criatividade, desperdiça esse potencial que poderia ser usado. O cérebro funciona por meio de associações, essa é a maneira que ele opera. Por isso, o trabalho do jornalista é criativo na medida em que é preciso conectar várias informações dentro de um texto. De conexões bem feitas entre conteúdos é que nasce uma boa reportagem. Alencar (1993) afirma que não importa somente as experiências vividas que resultam nas conexões mentais, mas para que lugar elas estão indo.

O papel da experiência passada é de grande importância, mas o que mais importa é o que se ganhou desta experiência: conexões cegamente compreendidas, ou compreensão verdadeira das relações estruturais envolvidas. O que importa não é apenas o que se recorda, mas também como se aplica o que é lembrado: se de uma forma cega ou de acordo com os requisitos estruturais da situação. (WERTHEIMER apud ALENCAR 1959, p. 620)

Além das ligações bem feitas, que muitas vezes não existem no texto, outro fator que contribui para que não ocorra diferencial nas matérias é a rapidez com que se precisa entregá-la. O imediatismo é característica do jornalismo, mas é possível que mesmo nesse modelo a criatividade apareça, pois indivíduo que se acostuma a entender a própria capacidade, passa a usá-la melhor.

Fruto da nossa formação linear, o comportamento que nos conduz a resolver as coisas rapidamente quando já percebemos qual é o caminho óbvio a seguir tende a eliminar o espaço das novas formas de se resolver as coisas, limitando nossas respostas ao previsível, às

atitudes que ficam na média em relação às outras pessoas, empresas e entidades. (ZOGBI, 2014, p. 74)

Para Zogbi (2014), a chave da criatividade está em ser curioso. O autor explica que na infância, principalmente, o cérebro humano busca novas informações e isso acontece sempre em contato com o mundo. Enfiar o dedo na tomada é algo comum para um bebê, assim como querer comer com as mãos. Por existir necessidade de se adequar socialmente, indivíduos aprendem desde cedo a não serem curiosos, pois essa capacidade é limitada por padrões de como cada ser humano deve agir e se comportar. “A imputação do sentimento de culpa por sermos curiosos é um fator preponderante para deixarmos de receber novas informações, para restringirmos o nosso mundo a um formato limitador” (ZOGBI, 2014, p. 4).

Está na curiosidade a chave para que potencial criativo seja elevado, aguçado e trabalhado. Dessa forma, quando o jornalista se acostuma a fazer um tipo de matéria, e escolhe sempre os mesmos caminhos na hora de escrever, é improvável que a criatividade apareça, porque é necessário elementos diferentes para que ela surja. Somente com outros componentes, diferentes dos que são usados, existirão recursos inovadores para criar formatos incomuns de jornalismo.

Para Zogbi (2014), quando existem poucos recursos à mão, pessoas que são práticas se divertem, pois conseguem facilmente se adaptar à falta. Mas, sempre que isso acontece é pelo costume de resolver rapidamente problemas, nunca o objetivo principal era ser criativo e nesses casos quase nunca a criatividade acontece de forma consciente. Não é danoso não ter consciência deste uso, porém uma vez consciente se torna mais fácil entender as dimensões desse recurso, expandi-lo e exercitá-lo.

É possível que o jornalista possa aguçar a própria criatividade, uma vez consciente dela. “O treino da realidade frequentemente põe uma ênfase exclusiva na aprendizagem de regras e na memorização de fatos. Tal treino desencoraja o pensamento criativo e inventivo e a prática do julgamento” (ALENCAR, 1993, p. 47).

Quão mais experiente se torna o jornalista, mais ele está adequado social e profissionalmente. Por vezes, é possível que o redator fique contraído e proteja seus

interesses, a exemplo da própria forma de escrever. Mas, se essa proteção podar as possibilidades do contato com o novo, é como foi dito anteriormente neste trabalho: desperdiçar potencial. Mudar de opinião não é processo que acontece de forma rápida. Isso se deve ao fato de que demora certo tempo até se construir uma posição a respeito de algum tema. Contudo, modificar a visão acerca de um assunto pode fazer com que ocorra crescimento profissional, mas essa mudança não acontece de forma fácil e rápida, é um processo que demanda tempo e disposição (ZOGBI, 2014).

A ciência procura inovar por meio de criações ainda não feitas. Isso se assemelha ao processo de apuração, na medida em que apurar é ter que olhar para o mundo de forma criativa e entender qual parte da realidade tem mais importância e qual dos fatos diante do jornalista tem valor-notícia.

O que Alencar (1993) nomeia preparação parece ser processo que faz parte da apuração jornalística. Para criar matérias é necessário planejamento. Quando se é estudado profundamente dados históricos, o que está sendo criado a partir disso tem mais possibilidades de surpreender determinado público. Se o objeto do estudo é familiar, por exemplo, o jornalista estará preso a respostas comuns e usadas abundantemente. Dessa forma, é necessário tornar estranho o que é conhecido para que ideias pré-concebidas tenham oportunidade de se transformar em algo diferente.

Adelmo Filho foi um jornalista e teórico brasileiro, autor do livro *O segredo da pirâmide*. No capítulo “O segredo da pirâmide ou a essência do jornalismo”, ele trata a singularidade como uma capacidade de ser particular, mesmo dentro de uma matéria jornalística. É possível escrever uma reportagem e utilizar outros recursos que não os conhecidos, é desse assunto que o autor trata na dissertação, que foi mais tarde transformada em livro. A pirâmide invertida que é composta pelas seis perguntas: o quê? como? onde? quem? quando? e por quê? não necessariamente deve vir no começo da matéria. Se bem articulada e bem pensada, ela pode ocupar outro parágrafo do texto que não o primeiro. Para Adelmo, “o particular estético —

ou o típico — permitia, então, a percepção de certos aspectos que o simples relato jornalístico cristalizado na singularidade não comportava” (FILHO, 1987, p. 227).

O que é valor-notícia, quer dizer, o que qualificam acontecimentos a se tornarem notícia não mudou muito desde que o jornalismo surgiu. Nelson Traquina aborda o tema no livro *Teorias do jornalismo*. Ele era professor da Universidade Nova de Lisboa e faleceu em 2019.

Traquina (2005) define noticiabilidade como aquilo que impacta a vida das pessoas, mas a questão é: como é formada a opinião pública do que afeta o dia a dia da sociedade? O jornalista é ator fundamental no papel de decidir o que importa. Isso parte de algum lugar, talvez do que está pré-estabelecido no imaginário social como relevante. Mas, cabe ao repórter, ao editor, ao dono do jornal e à tradição jornalística decisão final de escolher.

A segunda editoria mais importante do *Nexo*, ou seja, a que vem em segundo lugar na hierarquia do site, se chama Explicado. Nela, o jornal esclarece de forma ampla algum tema fora da curva, e, principalmente, diferente do que está veiculado nos outros jornais. Mesmo na editoria Expresso, que é a primeira e de grande destaque, o *Nexo* demonstra parecer ser muito fácil abordar o que não está noticiado em todo e qualquer outro jornal — mas na verdade não é. Escolher dar destaque à reportagem de cultura na página principal — matéria sobre site que disponibiliza mais de três mil filmes canadenses gratuitos — no dia em que outros veículos estavam cobrindo exaustivamente como o Produto Interno Bruto do Brasil cresceu 0,4% é escolha complicada e arriscada, pois pode ser que não tenha tanta audiência. Essa seleção parte de decidir o que é mais ou menos importante.

Traquina (2005) diz que notícia precisa afetar um grande número de pessoas. Por exemplo, quando uma figura política como o presidente da Câmara dos Deputados ou do Senado decide colocar em pauta para discussão uma Proposta de Emenda à Constituição. O quanto é relevante um assunto é que faz com que ele seja noticiado, mas ele precisa ser importante para um conjunto de pessoas.

Este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a

vida das pessoas. Este valor-notícia determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a nação. (TRAQUINA, 2005, p. 80)

No processo de escolher os fatos, perceber é essencial, como foi dito. Para Chateau (1976) é não aceitar o primeiro estímulo que se é dado. O autor foi psicólogo e professor na França e dedicou muito tempo de vida ao estudo e ao ensino da psicopedagogia.

O *Nexo*, assim como outros jornais, recebe o estímulo de que se precisa dar importância incansavelmente a várias matérias que falem sobre o Produto Interno Bruto (PIB) ter aumentado 0,4% e, mesmo assim, o jornal analisado escolheu fazer sobre outra temática. No caso em questão, o *Nexo* decidiu ir por outra saída, olhou o estímulo comum a todos os jornais e o ignorou, buscou outro, não se deu por satisfeito com o que lhe foi dado e o resultado foi a matéria sobre o site de filmes canadenses.

Chateau (1976) argumenta no livro *Las fuentes de lo imaginario* que perceber é em grande medida se esforçar. O jornalista está escorado em tudo que lhe é passado, muitas vezes sem questionar, simplesmente faz o trabalho e não para para percebê-lo. Nesse sentido, identificar não diz respeito somente aos fatos cotidianos, mas à própria produção jornalística. Se não existir força para que outra posição seja ocupada, que se fale de coisas diferentes, que se aborde temas incomuns, não resta outro desfecho para ele a não ser a de fazer o mesmo jornalismo de sempre. Contudo, pode sim um jornal noticiar algo de forma incomum, mesmo que todos os veículos de comunicação estejam falando sobre o assunto.

A atividade perceptiva é maior durante a infância, de acordo com Chateau (1976), mas ele também conta que a intervenção do pensamento representativo — quando algo é observado, catalogado e depois representado — apesar de no início aumentar as ilusões, de que se sabe verdadeiramente algo, e de que aquilo parou de ser apenas representação, depois, o observar, principalmente na fase adulta, se torna mais desenvolvido.

O *Nexo* não é um jornal que busca promover a sustentabilidade, o objetivo dele é noticiar com clareza e criatividade. Ele pode abordar temas sobre o assunto, mas essa não é a meta central. Ainda assim, o jornal se esforçou para fazer um especial¹ de porque plantas — de forma muito inferior aos seres humanos — lembram, veem, se movem e se comunicam. A matéria explica a teoria do botânico Stefano Mancuso abordada no livro *Verde brilhante*. O pesquisador explica o conceito da neurobiologia vegetal, que estuda o comportamento das plantas a partir das funções celulares. O que leva o jornal a fazer esse tipo de escolha? E isso se caracteriza como jornalismo criativo?

O tipo de abordagem que o repórter escolhe dar à matéria pode ser entendida como diferencial. Cada jornalista tem uma maneira de escrever. Mas, falar do que não está sendo veiculado é essencial, além de ser iniciativa criativa. Se é o jornalista quem pauta a sociedade, se é a imprensa que escolhe do que as pessoas irão falar, abordar assuntos que enriquecem intelectualmente a população é trabalho nobre e essencial.

A teoria da *agenda-setting* diz que o público tende a dar mais atenção para temas que estão nos jornais. O jornal não dita como a sociedade pensa, mas coloca em questão sobre o que as pessoas irão falar.

Mauro Wolf, sociólogo e pesquisador na área de comunicação, explica na obra *Teorias das comunicações de massa*, que a televisão e o jornal impresso têm um poder diferente no momento de influenciar as pessoas. Para Wolf (2008), a consistência da informação no jornal é mais precisa, forte e duradoura do que na televisão. Em um telejornal, notícias estão condicionadas a um tempo determinado, são heterogêneas, sobretudo. Segundo o pesquisador, o conhecimento é muito fragmentado para ter efeito duradouro.

Existe o que o autor chama de “[...] omissão, a não-cobertura de certos temas, a intencional cobertura acanhada ou prejudicada, recebida por certos argumentos” (WOLF, 2008, p. 151). Por isso, quando o *Nexo* opta por falar de temas

¹ Disponível em:

<<https://www.nexojournal.com.br/especial/2019/08/19/As-plantas-lembram-veem-se-movem-e-se-comunicam>>

Acesso em: 18 nov. 2019.

diferentes, como o site de filmes canadenses, ele de fato está fugindo à regra ao abordar assuntos que têm reportagens rasas, poucas ou mesmo nulas.

Se a mídia é sujeito fundamental na construção da realidade — como é defendido por Wolf na teoria da *agenda-setting* — aquilo que não é retratado pelos meios de comunicação deixa de existir para a parcela da população que consome apenas um jornal ou jornais que tratam sempre dos mesmos objetos. Para o teórico, o que está agendado e veiculado pela mídia, então, é mais complexo do que estruturar informações em uma sequência dentro de site como o *Nexo*.

O jornalismo literário, por exemplo, é visto como saída para os profissionais que buscam fazer outro tipo de trabalho. Segundo o jornalista e escritor Felipe Pena (2006), no livro *Jornalismo literário*, o jornalismo tem sido palco de futilidades, por dar mais valor em como chamar atenção — principalmente das empresas que, no final das contas, são as que financiam os jornais — do que em produzir boas matérias, dotadas de conteúdo, que o autor considera relevante. Pena fala da alternativa que o jornalismo literário tem sido para os que buscam fazer jornalismo de maneira diferente.

Só que é uma alternativa complexa. Não se trata apenas de fugir das amarras da redação ou de exercitar a veia literária em um livro - reportagem. O conceito é muito mais amplo. Significa potencializar os recursos do Jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do *lead*, evitar os definidores primários e, principalmente, perenidade e profundidade aos relatos. (PENA, 2006, p. 13)

Alencar (1993) fala que a inteligência humana é repleta de habilidades maiores do que se conhece e que se estuda. A professora da Universidade de Brasília cita como exemplo a capacidade de produzir coisas diferentes e efetuar transformações a partir da informação recebida. “Também importante com relação ao indivíduo criativo é a presença da originalidade, a qual é estudada através da apresentação de respostas incomuns e remotas” (ALENCAR, 1993, p. 25).

A autora cita Wallas (1926). Segundo ele, para criar a expressão de uma nova ideia existem quatro passos: preparação, incubação, iluminação e verificação.

Na preparação, o problema é investigado e encarado de todas as formas possíveis. O segundo é como se a dificuldade ou ideia fossem esquecidos, mas a imagem descansa no subconsciente — o indivíduo não pensa conscientemente nesse estágio. Após a aquietação daquela expressão de ideia, involuntariamente também e de forma não esperada, acontece a iluminação, ela é incontável e automática. O último estágio é a verificação, onde o sujeito finalmente pensa no problema e raciocina sobre ele, nessa etapa é possível que ocorra o abandono da ideia inicial para que essa seja substituída por nova imagem elaborada.

Dessa forma, é interessante que o jornalista resguarde ideias e não pense em agir instantaneamente. Isso é uma questão difícil, principalmente na era digital, em que as coisas acontecem e no minuto seguinte elas são publicadas no jornal, não existe tempo para pensar demais ou refletir exaustivamente. Então como fazer jornalismo cotidiano de forma inteligente? Só é possível que algo seja inovador quando existe tempo hábil para isso?

O desafio é entender de que forma há espaço para o redator fazer jornalismo criativo mesmo na lógica da rapidez. O passo inicial pode estar no jornalista se reconhecer como não possuinte do entendimento de sua própria criatividade e então passar a trabalhar a potencialidade do pensamento.

Alencar (1993) deixa claro que não é incomum que o indivíduo não tenha crença no próprio potencial criativo, ele tem convicções sobre si mesmo que o impedem de utilizar determinadas técnicas. A psicóloga também destaca as barreiras que partem do estado emocional, como o negativismo, que é a dificuldade em admitir sugestões ou considerar pontos de vista alheios; o desconhecer os próprios potenciais e capacidades; o sentimento de medo do ridículo e da crítica e se acostumar em não dar novas ideias, mas em apenas julgar a dos outros. “Alguns enunciados que refletem tais crenças são: ‘eu não consigo mudar’; ‘eu não sou criativo’; ‘eu nasci desse jeito’; ‘eu sei que não sou capaz’” (ALENCAR, 1993, p. 65).

A criatividade se manifesta mais facilmente naqueles que têm atitudes, valores, interesses, motivações que prepara um indivíduo a pensar de forma independente, criativa, livre, solta, flexível.

O jornalista não se entender como criativo impede que ele desenvolva essa capacidade. Eunice Alencar chama isso de autoconceito. O entendimento que um indivíduo tem de si mesmo contribui para o momento que ele desenvolve característica ou traço de personalidade, se os aspectos que constituem quem ele é serão maiores ou menores. Ser hostilizado quando se apresenta nova ideia desencoraja que um indivíduo fale novamente quando tiver outra concepção.

A maneira como o indivíduo se percebe (como capaz de criar ou, pelo contrário, como incompetente e incapaz), as suas crenças e sentimentos a respeito de si mesmo e de suas capacidades, são formadas durante os primeiros anos de sua vida, sofrendo uma profunda influência de seus primeiros agentes socializadores, pais e professores. Este aspecto, a que chamamos de autoconceito, afeta todas as áreas da personalidade do indivíduo e pode tanto restringir como favorecer o desenvolvimento do próprio potencial. (ALENCAR, 1993, p.69)

O indivíduo passa a vida tentando melhorar e manter a autoimagem e isso é altamente influenciado pela visão que outros têm dele. Dessa forma, o olhar pessimista a respeito de si, desenvolvido na infância, contribui para que, adulto, o indivíduo tenha grande dificuldade em se expressar e aumentar potencialidade criativa. O que acontece é o bloqueio da própria evolução.

Existe ainda fatores externos, como o interesse das organizações. Estes bloqueios talvez sejam o que mais impactam o jornalismo. Alencar (1993) afirma que parece ser benefício para empresas que algum empregado seja inovador. Apesar de serem usados como sinônimos muitas vezes, inovação e criatividade são conceitos distintos. Entretanto, ainda assim relacionados. O que gera inovação é o ato de ser criativo, este último é uma forma de pensar, a criatividade é também um conjunto de processos mentais.

Estar dentro de uma redação de algum jornal é submeter-se à lógica da empresa. E nem todas elas estimulam que seja criado algo inovador, como o *Nexo Jornal*. Alencar cita West e Far (1990), segundo os dois a inovação seria introduzir em uma organização ideia ou ideias de produtos e processos que procuram gerar benefícios para diretor, grupo ou empresa.

Resistir a mudar é algo intrínseco ao ser humano. A transformação pode, muitas vezes, mexer profundamente com a estrutura da empresa, de um jornal. Mas, se mover para algo novo faz parte do jornalismo também. Alencar (1993) diz que o indivíduo estabelece mecanismos que impedem que novas ideias surjam. Às empresas cabe o papel de introduzir inovações e tornar fácil a mudança para o indivíduo.

Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho é doutor em psicologia e mestre em comunicação pela Universidade de Brasília. Junto a Eunice Soriano de Alencar escreveu o livro *A gestão da criatividade: cultivando a criatividade nas organizações*. Os autores argumentam que existem fatores individuais e externos que afastam a inovação. Na questão individual, é o quanto pessoas se conformam com normas e dogmas. Além disso, quando a mudança é particular existe pouca tolerância à questões ambíguas, dificuldade em optar por correr riscos, medo do desconhecido e comodismo. No quesito exterior, seria a resistência daqueles que observam de fora a mudança e a recebem com contrariedade. “Fatores do sistema social constituem-se também como fontes de resistência à inovação. Um exemplo seria a rejeição à pessoa de fora, o que ocorre quando a inovação é introduzida por um agente de mudança externo” (ALENCAR e SOBRINHO, 2017, p. 49).

Wolf (2008) argumenta que rotinas de produção do jornalismo são restritas. Não é simples se desvincular do sistema ou simplesmente burlá-lo. Fugir à regra é difícil para os patrões, mas também é para os empregados que estão submetidos a lógicas enraizadas.

Nesse quadro, o entrelaçamento entre características da organização do trabalho nos aparatos da mídia e elementos da cultura profissional é absolutamente restrito e vinculador, e isso define justamente o conjunto de características que os eventos devem possuir (ou apresentar aos olhos dos jornalistas) para poder ser transformados em notícias (...). (WOLF, 2008, p. 195)

A noticiabilidade tem relação direta com práticas de produção do jornalismo. A matéria-prima dessas criações permanece sempre a mesma — acontecimentos cotidianos —, o que muda são os produtos que são formados a partir dela. Nesse

sentido, é difícil criar novas lógicas de como se realiza o trabalho do jornalista, mas também ter espaço para sugerir rotinas que estejam fora do costume e fugir de práticas que estão pré-estabelecidas. “A partir dessa perspectiva, ‘faz notícia’ o que — tornado pertinente pela cultura profissional dos jornalistas — é suscetível de ser ‘trabalhado’ pelo aparato sem muitas alterações e subversões do ciclo de produção normal” (WOLF, 2008, p. 196).

A noticiabilidade é tão intrínseca aos processos de produção que aquilo que faz informação ser ou não validada é, justamente, a capacidade de ela se adequar a esses processos de criação, é a inclinação que a notícia tem para se encaixar nessas metodologias que existem. Uma das primeiras condições para se escolher um acontecimento é se este pode ser realizado no tempo e nos recursos limitados das redações (WOLF, 2008).

Os valores-notícia são estabelecidos para tornar possível que o jornalista não perca tempo e saiba previamente qual procedimentos ele pode realizar. É fórmula, aprende-se. Selecionar o tipo de informação que será usada tem que ser quase inconsciente e involuntário. Ou seja, fazer algo diferente no meio jornalístico é complexo, pois não depende somente de pequenas escolhas — como exemplo a opção do *Nexo* de escrever matéria sobre a sensibilidade das plantas — está dentro de métodos maiores, de rotinas que são muito bem definidas. Ser repetitivo nas práticas que constroem informação não é a consequência de uma ação jornalística, mas o objetivo.

O rigor dos valores/notícia não é, portanto, o de uma classificação abstrata, teoricamente coerente e articulada: trata-se, preferencialmente, da lógica de uma tipificação, destinada à realização programada de objetivos práticos e, em primeiro lugar, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. (WOLF, 2008, p. 204)

Valores-notícia, entretanto, podem ter natureza dinâmica que, segundo Wolf (2008), mudam de época em época. Por um tempo, não se noticiava eventos culturais, gastronomia, celebridades e entretenimento. Hoje em dia, existem jornais inteiramente dedicados a esses temas. Transmitir informação sobre determinado

tema, a partir de certo momento, passou a ser importante para a sociedade e isso pode partir de demanda das próprias pessoas ou da iniciativa dos jornais.

Em casos como o do *single issue movements* — movimento da sociedade para resolver uma questão específica — antes, o jornalismo não tinha o costume de cobrir esse tipo de assunto. Por ser relevante para o interesse público, existe esse esforço e espaço que os jornais passaram a dar para o assunto. Sempre depende de grau de relevância para que atinja o necessário a ser considerado um valor-notícia. “Em geral, pode-se dizer que cada novo setor, tema, argumento ou assunto que representa uma ampliação da esfera informativa torna-se regularmente “noticiado”, na medida em que ocorrem um reajuste e uma redefinição dos valores/notícia” (WOLF, 2008, p. 206).

Com relação às organizações, Wolf (2008) diz que informações refletem, geralmente, como um grupo se estrutura. Segundo o autor, um dos valores-notícia de maior destaque é aquele que consegue deixar o público entretido e interessado no conteúdo. Quando o tema é aprofundado, é possível que pessoas que recebem certo tipo de material não se interessem e optem por trocar de canal — no caso do jornalismo televisivo —, por isso nem sempre adianta mergulhar dentro de temática se o público não se interessa o suficiente para dar audiência. Na lógica comercial, nem sempre vale a pena ser criativo. Não se pode esquecer que os jornais dependem do consumo do público.

Notícias que tentam dar enfoque no que de humano tem em um fato, são bem sucedidas de público, pois quando a abordagem é de caráter emocional tem mais chances de sensibilizar o público. Aquilo que é diferente desperta a atenção e os veículos de comunicação precisam se destacar. Wolf (2008) fala sobre o valor-notícia que é o critério relativo à concorrência. De acordo com ele, como os veículos de comunicação disputam alcance isso determina também qual será o conteúdo abordado por algum jornal. Geralmente, o que acontece é determinada mídia não querer deixar de cobrir um assunto que está sendo noticiado por outro veículo. Esse comportamento, às vezes executado, é prejudicial na medida em que os jornais que ocupam o mesmo lugar em uma cobertura vão noticiar temas iguais.

Talvez, o furo de reportagem seja um dos aspectos que resta para veículos ainda terem ânsia em se diferenciar. Ter notícia exclusiva é relevante para reputação e visibilidade do jornal.

“[...] as expectativas recíprocas tornam-se um vínculo comum: elas desencorajam as inovações na seleção das notícias, que poderiam suscitar objeções por parte dos graus hierárquicos superiores: por sua vez, isso contribui para a semelhança das coberturas informativas entre noticiários ou jornais concorrentes”. (GANS apud WOLF, 1979 p. 177)

Está claro, então, que esperar as mesmas coisas e procurar estímulos semelhantes resulta em ter resultados iguais. Não se avança, nem se passa de um limite. Os jornais por medo de arriscar em fazer algo novo optam por ficar em um lugar que conhecem e sabem que funciona. Dessa forma, o jornalismo do *Nexo*, que tenta dar espaço para temas que não são normalmente vistos, foge à regra.

No livro *A gestão da criatividade: cultivando a criatividade nas organizações*, Asdrúbal e Eunice dizem que o papel do pensamento criativo é importante nas organizações. Segundo os autores, seguir padrões pré-estabelecidos é inconveniente pois as soluções antigas não irão conseguir solucionar novos problemas. Ainda nesse sentido de padrões atuais, é interessante que as empresas estejam dispostas a fazer com que o indivíduo seja capaz de se adequar a mudanças, pois não é possível prever o que será necessário no futuro, seja na questão de conhecimento ou de novos temas e novas demandas que vêm da sociedade (ALENCAR e SOBRINHO, 2017).

Os dois autores afirmam que a disputa pode ser aquilo que leva uma empresa a desadormecer o potencial criativo, pois as organizações precisam se destacar para obter reconhecimento. É neste ponto que os jornais poderiam considerar a dimensão dos benefícios que traria o estímulo de novas ideias e outras formas de se pensar o jornalismo e de se fazê-lo.

No livro, os dois autores afirmam que a criatividade é a habilidade de sobrevivência do século XXI, justamente por ser capaz de ter a competência de lidar com o que é novo e conseguir conviver com isso. Ter resistência ao novo é ruim

para o próprio jornal que fica sem tato para lidar com o que aparece e preso a técnicas e lógicas que não rendem como já renderam.

Os jornais precisam estimular a criatividade, mas não estimulá-la não é escolha somente deles, são processos que a imprensa simplesmente está submetida. O comportamento inovador não é ensinado desde muito cedo, pelo menos não aqui no Brasil. Então, é uma falha que precisa ser corrigida muito antes de o jornalista ser contratado, pois o não-estímulo foi a forma de socialização colocada durante toda a vida.

As instituições de ensino não têm desenvolvido o talento criativo e tampouco têm estimulado nos alunos na extensão desejável, características como persistência, autoconfiança, independência e disposição para aprender a partir dos próprios erros — importantes para se lidar de maneira mais eficaz com novos problemas. (ALENCAR e SOBRINHO, 2017, p. 28)

Alencar e Sobrinho citam o exemplo da Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), que fica em São Paulo. Nela, todos os cursos têm no currículo a disciplina Criatividade. A instituição oferece cursos como administração, design, direito, economia, moda, jornalismo, relações internacionais, engenharia civil e publicidade e propaganda. Existem instituições que se preocupam e entendem a importância da inovação para o crescimento profissional do ser humano, e, por isso, estão interessadas em projetá-la para o futuro no lugar de apenas questionarem o passado e o porquê de esse método não ter sido estimulado na educação básica, ensino fundamental ou médio. Mas, a iniciativa da FAAP não é regra para todo o Brasil. O que acontece atualmente é escolas e universidades qualificarem indivíduo apenas com finalidade de no futuro atender necessidades do mercado de trabalho. A consequência disso é a falta de profissionais que se destacam por usar criatividade.

Muitas das práticas vigentes na escola tendem a reduzir a criatividade do indivíduo abaixo de suas reais possibilidades, levando-o a se perceber como pouco criativo, e a cultivar bloqueios, que geram insegurança, minam a autoconfiança e levam a um desperdício de talentos e de potencial para produzir novas ideias. (ALENCAR e SOBRINHO, 2017, p. 29)

Neste trabalho, foi abordado como a percepção é importante no processo de se entender o mundo. Dessa forma, quando o indivíduo não presta atenção na dimensão da própria criatividade, não a conhece, se torna obscuro entendê-la e, por consequência, executá-la.

4 MÉTODO DE ANÁLISE

Para que a análise metodológica pudesse ser realizada, primeiro foi necessário que houvesse a explicação dos conceitos criatividade e percepção. A partir da interpretação dessas duas ideias, que não só embasaram a análise, mas também o capítulo “Criatividade no jornalismo”, é que o estudo do conteúdo do jornal foi feito.

O capítulo “Criatividade no jornalismo” é o que esclarece o que é o jornalismo criativo, como o formato existe e qual a sua relevância. Foi importante que esse conceito fosse colocado, uma vez que ele também é uma das fontes que sustentam a análise feita neste projeto.

Em razão de o objeto desta monografia ser um veículo de comunicação, o principal fator explorado foi o conteúdo publicado no site. A análise do *Nexo Jornal* foi feita através das editorias. Antes de introduzir e explicar cada uma delas, foi passado o conceito principal do jornal e os seus objetivos.

O método de análise de conteúdo, utilizado neste trabalho, é definido por Laurence Bardin como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações” (BARDIN, 1988, p. 31). Para a professora de psicologia da Universidade de Paris, a técnica é essencial para o estudo no campo das ciências sociais, mas também das ciências humanas. Segundo Bardin (1988), a forma é ainda bastante utilizada e considerada essencial para se estudar comunicações. A autora do livro *Análise de conteúdo* divide o método em cinco etapas: organização da análise; codificação; categorização; inferência e tratamento dos resultados.

A análise foi feita durante os meses de setembro e outubro de 2019, e trinta e cinco matérias foram analisadas. Entretanto, por ter editorias que não são atualizadas com frequência, algumas notícias analisadas foram publicadas em meses e até anos anteriores.

A classificação como assunto incomum foi a principal categoria de análise. O incomum é tido neste trabalho como um tema que não foi abordado recentemente — levando em conta o período que antecede a data de publicação da matéria — por

outro veículo de comunicação. Além disso, a forma com que os temas escolhidos foram veiculados está entre um dos principais critérios no momento da análise, e se foi utilizado vídeo, infográfico e áudio. Imagens, fotografias e texto não foram critérios escolhidos, visto que são elementos usuais em matérias de jornais, e o que está sendo verificado é a presença de elementos incomuns.

Para além das principais categorias de análise, foi observado ainda se a notícia em questão era de uma pauta fria ou quente e de que forma a notícia com o mesmo tema foi veiculada em outros jornais. Matérias com temas recentes são pautas quentes e matérias com temas não recentes são pautas frias.

Ao decorrer do trabalho até o capítulo que se investiga o *Nexo* foram citadas algumas matérias, mas a análise em si foi feita a partir das editoriais. Entretanto, como estão presentes no estudo, as notícias estão juntamente às matérias da análise no quadro abaixo. Os elementos são classificados a partir da presença ou da ausência deles nas notícias.

Quadro 1 - Critérios analisados nas matérias

Matérias analisadas	Assunto incomum	Vídeo	Infográfico	Áudio
Este site disponibiliza mais de 3.000 filmes canadenses gratuitos	Sim	Não	Não	Não
As plantas lembram, veem, se movem e se comunicam	Sim	Sim	Sim	Não
A água que bebemos. E o que fazer para mantê-la limpa	Não	Não	Sim	Não
Nomes de ruas dizem mais sobre o Brasil do que você pensa	Sim	Não	Sim	Não
Como áreas violentas afetam a saúde mental das crianças	Sim	Não	Não	Não
Quais as mudanças	Não	Não	Sim	Não

nos negócios das empresas aéreas no Brasil				
Censo e história: os dados como bússola para a ação pública	Não	Sim	Sim	Não
Depressão: do estigma ao transtorno de grandes proporções	Não	Sim	Sim	Não
Qual o perfil dos acidentes de trânsito nas rodovias do Brasil	Não	Não	Sim	Não
Como o brasileiro reinventou o temaki	Sim	Sim	Não	Não
Qual o papel da filosofia num mundo de nacionalismo radical	Sim	Não	Não	Não
O que falta para a diversidade virar prática nas empresas	Sim	Não	Não	Não
De ato nas ruas a reunião com o ministro: a UNE na crise da educação	Não	Não	Não	Não
Por que acreditar em superstições pode ser ruim para o mundo	Sim	Não	Não	Não
10 mentiras do 2º turno. E como se precaver no domingo	Não	Não	Não	Não
Em busca de uma reforma tributária padrão universal	Não	Não	Não	Não
O que é k-pop. E como ele arrasta tudo que vê pela frente	Sim	Não	Não	Sim

O que é soberania. E por que ela é tão importante	Sim	Não	Não	Sim
O discurso de Greta Thunberg sobre o clima: como ousam?	Não	Não	Não	Sim
Movimento Bauhaus 100 anos da escola e a construção do século 20	Não	Não	Sim	Não
O caminho da reforma da Previdência até sua aprovação final	Não	Não	Sim	Não
O que é o megaleilão do pré-sal. E quais as pressões do Congresso	Não	Não	Sim	Não
É justo o peso da reforma da Previdência sobre os servidores?	Não	Não	Sim	Não
É justo mudar o benefício pago a idosos e deficientes pobres?	Não	Não	Sim	Não
É justo elevar o tempo mínimo de contribuição da Previdência?	Não	Não	Sim	Não
É justo alterar regras de aposentadoria do trabalhador rural?	Não	Não	Sim	Não
É justo (e viável) uma Previdência por capitalização?	Não	Não	Não	Não
É justo o projeto do governo para a reforma da Previdência?	Não	Não	Não	Sim
O excesso de opções. E o peso de se fazer	Sim	Não	Não	Não

uma escolha				
A formação de professores como peça-chave na alfabetização	Sim	Não	Não	Não
Cen·su·ra	Sim	Não	Não	Não
Usando a ciência para negar a ciência	Sim	Não	Não	Não
Cientistas do Brasil que você precisa conhecer, ontem e hoje	Sim	Sim	Não	Não
O novo Dungeons & Dragons. E a cena do RPG no Brasil	Sim	Não	Não	Não
As músicas dos 100 anos com samba	Sim	Sim	Não	Sim

Das 35 matérias analisadas, 17 tinham como conteúdo um assunto incomum, 7 tinham vídeos, 14 tinham infográficos e somente 5 tinham áudio.

5 NEXO JORNAL

O *Nexo* começa diferente desde a concepção. Não foi fundado somente por jornalista ou empresário que buscava um negócio para investir. O jornal foi criado por três pessoas de áreas distintas, em 2015. Paula Miraglia é cientista social e doutora em antropologia pela Universidade de São Paulo; Renata Rizzi é engenheira civil e doutora em economia pela Universidade de São Paulo e, finalmente, Conrado Corsalette é jornalista formado em gestão estratégica e de marcas no Instituto Internacional de Ciências Sociais em São Paulo. O jornalismo do *Nexo* é explicativo, ou seja, não se limita a noticiar apenas um assunto, busca contexto que ampare melhor como a informação é divulgada e procura fazer com que o leitor não entenda apenas superficialmente o fato.

Em entrevista ao site *Estadão*, Paula Miraglia conta que a inspiração veio, principalmente, do site estadunidense *Vox*, que possui elementos parecidos com o que o *Nexo* usa, como gráficos e matérias interativas.

Eles têm profissionais de mais de uma área e isso é facilmente relacionável com a parte da criatividade de quanto mais elementos, mais material diferente é produzido. A criadora do jornal fala que a intenção era não somente aprofundar um assunto ao noticiá-lo, mas também verificar qual o formato que melhor se adequa àquele tema.

Em entrevista² ao site *Knight Center for Journalism in the Americas*, a editora-executiva do *Nexo*, Marina Menezes, conta que o jornal não se preocupa em noticiar o que acontece no momento. Segundo ela, o importante é “qualificar o debate público”. Para os criadores do jornal, não adianta somente apresentar um fato. Menezes dá o exemplo do processo da Lava Jato. A operação existe há tanto tempo que é difícil acompanhar todas as fases e saber todos os envolvidos no escândalo que foram presos. De acordo com a jornalista, “o *Nexo* sempre dá dois passos atrás e pensa: o que está em jogo aqui? Nós não assumimos que o leitor já

² Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/colunistas/2019/Usando-a-ci%C3%A2ncia-para-negar-a-ci%C3%A2ncia>>

Acesso em: 5 out. 2019.

sabe do que estamos falando. Ir além do factual é uma diferença de tratamento”. Ao escolher esse formato, consequentemente o veículo de comunicação também escolhe o público, pois não são todas as pessoas que irão consumir o que ele faz: jornalismo explicativo.

5.1 Jornalismo explicativo

O conceito de jornalismo explicativo, apesar de ter sido definido nos últimos anos, já existia antes da era digital. Isso porque os jornais impressos publicavam histórias no final da semana que esclareciam o contexto das notícias que haviam sido veiculadas ao longo dela.

Segundo o jornalista britânico Ashley Norris, em um artigo publicado no site da FIPP — um dos principais organismos de comércio de mídia do mundo —, enquanto o jornalismo comum foca nas bases do *lead*: o quê, quem, quando e onde, o jornalismo explicativo dá mais atenção para o como e o porquê. A forma jornalística em questão consiste em fornecer informações básicas, que estão por trás do tema da notícia, de forma que o leitor compreenda claramente o assunto. O jornalismo explicativo é um método que faz os jornalistas olharem para as notícias com calma e conectar assuntos que têm ligação. Pela velocidade do jornalismo digital, às vezes, essa conexão passa despercebida não só pelo leitor, como também pelo jornalista.

Fink e Schudson (2014) preferem classificar o jornalismo com outro adjetivo: contextual. Os professores da Columbia University publicaram em 2014 um artigo que teve como objetivo analisar a ascensão do jornalismo contextual. Os jornalistas citam na pesquisa o estudo de Barnhurst (2011), que encontrou um crescimento consistente de 1914 a 2005 na porcentagem de matérias de capa que citavam fatos do passado ou se referiam a uma provável cenário do futuro.

Para Fink e Schudson (2014) cresceu — no recorte de tempo analisado na pesquisa deles, que é de 1950 a 2000 — a necessidade de descrever a conjuntura de um fato, o que não necessariamente classifica uma matéria como sendo de

jornalismo contextual. Se uma notícia é a fotografia de um dado acontecimento, o jornalismo explicativo seria uma foto panorâmica.

Explicar as circunstâncias antecessoras ou/e sucessoras de um fato seria na avaliação de Norris (2015) muito inteligente, visto que a quantidade de usuários na internet que buscam “porque aconteceu alguma coisa” nos sites de pesquisa é muito grande. Esse tipo de jornalismo utiliza as conjunções explicativas para tornar mais acessível um assunto. Dessa forma, os leitores ávidos por conhecer algum conteúdo se deparam, logo no início das buscas, com notícias essencialmente contextuais.

5.2 Criatividade no *Nexo Jornal*

Aqui se inicia a análise do *Nexo Jornal*. Como foi dito anteriormente, segundo Wolf (2008) os valores-notícia são estabelecidos para tornar possível que o jornalista não perca tempo. Esse movimento precisa ser natural e espontâneo. Nesse sentido, a forma de jornalismo produzida pelo *Nexo* é ousada. De acordo com a diretora-executiva do site, Marina Menezes, o jornal retrata o atual, mas não com a preocupação dos jornais tradicionais. A cobertura de notícias quentes não é o objetivo, mas passar uma informação capaz de fazer com que o leitor aprenda verdadeiramente determinado assunto.

O *Nexo* também trabalha com pesquisa de dados. Na equipe de 30 pessoas, há um cientista de dados que é biólogo e programador. Os repórteres trabalham com esse tipo de jornalismo para descobrir novas informações sobre assuntos muito debatidos pela mídia, como quantos municípios brasileiros têm água encanada e acesso a esgoto. Mas o jornal se preocupa em escrever sobre assuntos não explorados, a partir do uso de bases de dados. Com a base dos Correios,³ jornalistas escreveram matéria sobre como os nomes de ruas do Brasil retratam a história.

³ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/especial/2016/02/15/Nomes-de-ruas-dizem-mais-sobre-o-Brasil-do-que-voc%C3%AA-pensa>> Acesso em: 5 out. 2019.

O conteúdo editorial é justamente o que faz com que novos estilos surjam. Assim como foi dito neste trabalho, as editorias são responsáveis pela forma de organização das redações, pelas rotinas produtivas. São elas que permitem que o fazer notícia seja facilmente concebível. Em outras palavras, o jornalista aprende uma fórmula de escrever e a reproduz. O *Nexo*, no entanto, procura inovar exatamente na configuração do jornal, ao colocar não somente outro nome nas editorias, mas dividir o espaço do destaque na capa do site: parte para assuntos que estão em voga e parte para temas incomuns na mídia tradicional. O *Nexo*, de certa forma, vai contra princípios fundamentais do jornalismo. A proposta, desde sua criação, é fazer matérias de maneiras diferentes das que são feitas e ensinadas, pois somente assim, de acordo com criadores, é que o jornal consegue qualificar o debate público.

Um dos conteúdos que inova na forma é o texto de cem anos de música com samba. O especial conta a história do gênero musical, com uma música de fundo que acompanha toda a leitura, e conforme o internauta avança e o fato dos acontecimentos são descritos, a música muda e acompanha o texto para exemplificar e complementar o que está contado. Além disso, a matéria é multimídia, contém áudio (música), vídeo — com especialistas no assunto — e fotografias. O *Nexo* no final da reportagem, disponibiliza a *playlist* criada no serviço de *streaming Spotify* que leva o mesmo título da matéria.

O *Nexo*, em 2017, foi o primeiro jornal brasileiro a ganhar o prêmio internacional de Excelência geral em jornalismo online, na categoria pequenas redações, do *Online Journalism Awards*. O prêmio surgiu nos anos 2000, e é o único a premiar no mundo toda a categoria. Ele homenageia jornalismo de dados, narrativa visual, jornalismo investigativo, serviço público, inovação técnica e excelência geral, e é financiado pelo *Knight Foundation*, the Gannett Foundation, Journalism 360, Universidade da Flórida e pelo Journalism Center. A recompensa do *Nexo* foi de US\$ 5.000 ou, de acordo com o valor do dólar na época, aproximadamente R\$ 16.500. No discurso do prêmio, a diretora-geral do *Nexo Jornal*, Paula Miraglia, contou que é necessário pensar na reformulação dos

editoriais jornalísticos. “Creditar a crise do jornalismo exclusivamente à falta de dinheiro é não procurar se reinventar do ponto de vista editorial. E isso é muito limitador e pode comprometer o futuro do jornalismo”.

A primeira editoria, “Expresso”, é onde estão notícias cotidianas. A editoria se subdivide em política, economia, internacional, sociedade, ciência e saúde, tecnologia, esporte e meio ambiente. Uma matéria⁴ da última semana de setembro de 2019 prova isso: como áreas violentas afetam a saúde mental das crianças. O conceito de estresse tóxico, desenvolvido pelo pediatra da Escola de Medicina de Harvard, Charles A. Nelson, se refere a um ciclo frequente de situações traumáticas, violência e instabilidade. Essa reação prolongada interrompe percursos de desenvolvimento, o bem-estar físico e mental. Quanto mais o sujeito fica submetido a este tipo de situação, mais problemas psicológicos são gerados, alguns deles são: depressão e ansiedade. O que pode mudar o quadro de crianças que crescem expostas a violências é o apoio da comunidade, da família, da escola, de acordo com a matéria. Mesmo quando o assunto noticiado pelo *Nexo* é o mesmo de outro jornal, a abordagem normalmente é diferente, é de acordo com a proposta do site de explicar detalhadamente um tema.

O jornal não assume que o leitor sabe o tema que está abordado no texto, mas se preocupa em explicar previamente questões do assunto. Geralmente, a diferença começa desde o título. Na matéria⁵ sobre a permanência da cobrança de bagagem nas viagens de avião, o título do *Nexo* é “Quais as mudanças nos negócios das empresas aéreas no Brasil”; no *G1*⁶, “Câmara decide manter veto de Bolsonaro, e aéreas seguem autorizadas a cobrar por bagagem”; na *Folha de S.*

⁴ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/09/26/Como-%C3%A1reas-violentas-afetam-a-sa%C3%BAde-mental-das-crian%C3%A7as>> Acesso em: 5 out. 2019.

⁵ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/09/26/Quais-as-mudan%C3%A7as-nos-neg%C3%B3cios-das-empresas-a%C3%A9reas-no-Brasil>> Acesso em: 5 out. 2019.

⁶ Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/09/25/camara-mantem-veto-de-bolsonaro-que-permite-cobranca-de-bagagens.ghtml>> Acesso em: 6 out. 2019.

*Paulo*⁷, “Congresso mantém cobrança por bagagens despachadas em voos domésticos”.

O título da matéria do jornal em análise neste estudo indica que mais do que a repercussão de um fato, o assunto ali abordado será explicado. O *Nexo* é didático. Estica-se o ponto tratado até onde pode: os três veículos falaram sobre as empresas aéreas de baixo custo que entraram no mercado brasileiro, o *G1* não chegou a mencionar o nome das companhias, a *Folha de S. Paulo* citou o nome de três delas, o *Nexo* falou sobre as duas que atualmente operam no Brasil e sobre as duas que pretendem operar. Além disso, informaram qual origem e destino das viagens, e desde quando as empresas funcionam, e no caso das duas que ainda não começaram a atuar, qual a previsão de início da atividade. Por mais que o assunto seja o mesmo, o *Nexo* se aprofunda mais na questão do que os outros dois veículos.

A editoria que ocupa a segunda posição na hierarquia do site é a Explicado, lugar que leva o nome literal do conceito do *Nexo*: o de fazer jornalismo de explicação. Uma das matérias esclarece o que é o censo demográfico que acontece de 10 em 10 anos e porque ele é importante para traçar mapa da realidade dos brasileiros. Nessa editoria do jornal, localiza-se uma coluna ao lado do texto que aponta os capítulos da matéria e permite que o leitor vá para aqueles que o interessa, caso ele não queira ler todo o conteúdo. Reportagem de agosto mostra o que é a depressão. Mas, além dos conceitos e questões geralmente abordadas, a notícia aponta em quais continentes pessoas têm mais depressão, porque aumenta o número de doentes com o passar do tempo, o que ainda não se sabe sobre a depressão e filmes que se referem ao tema. O que chama a atenção são os elementos visuais, pois, apesar de não ser um especial, ainda tenta mostrar o assunto por elementos que não são textuais, por meio de gráficos, imagens e vídeos. Assim como a maior parte do jornal, a editoria também traz a forma elucidativa. A matéria sobre depressão é dividida em capítulos e quase todos têm conjunções explicativas, em caixa alta: O QUE é depressão, EM QUE partes do

⁷ Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/09/congresso-mantem-cobranca-por-bagagens-despachadas-em-voos-domesticos.shtml>> Acesso em: 6 out. 2019.

corpo a depressão se manifesta, QUANDO a depressão passou a ser vista como transtorno, QUEM a depressão mais atinge, COMO o estigma da depressão dificulta o tratamento, POR QUE o registro de pessoas com depressão cresce e O QUE ainda não se sabe sobre a depressão.

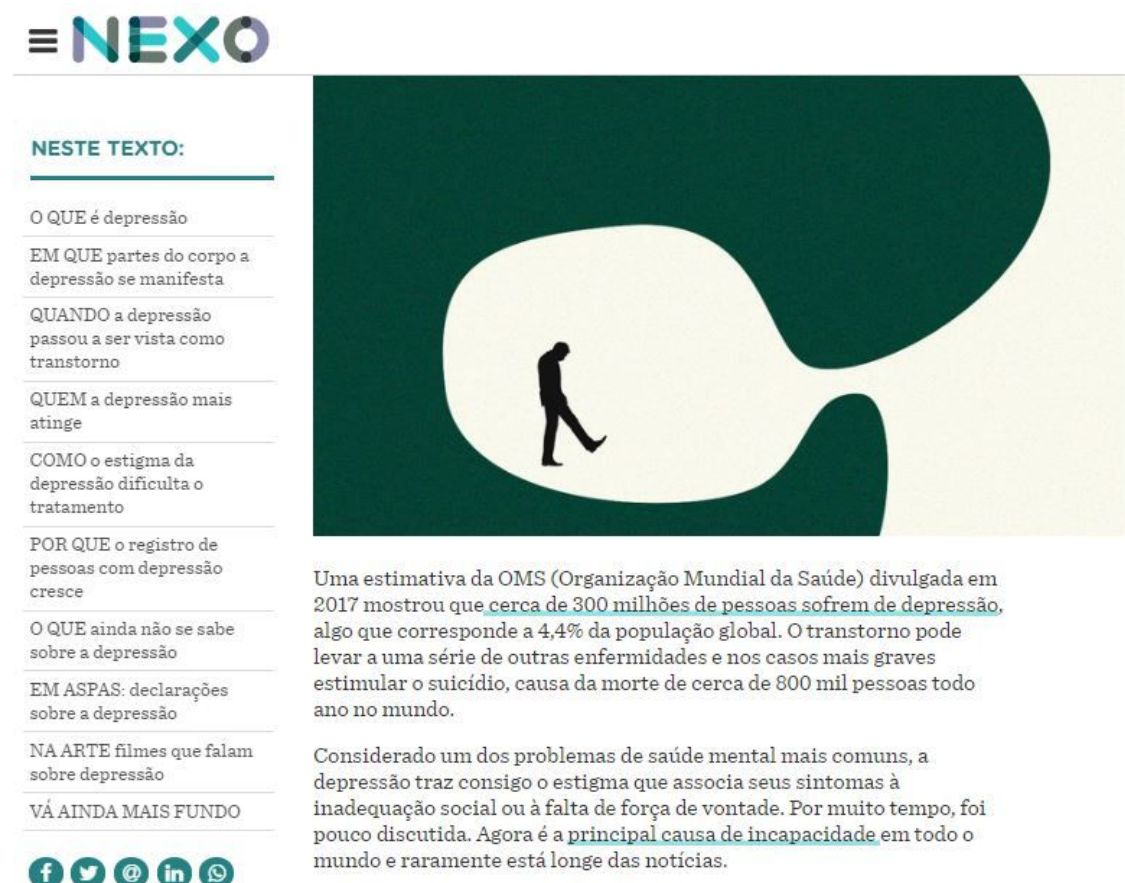


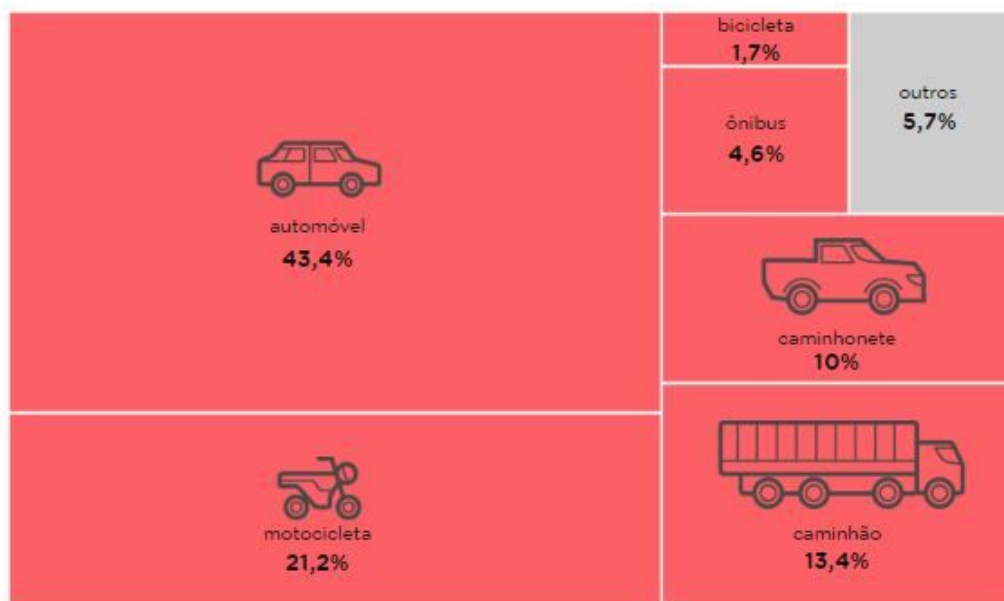
Figura 1: o índice da matéria sobre depressão é dividido de forma que esclarece ponto a ponto o assunto.

Na editoria chamada “Gráfico”, o jornal mostra sempre uma realidade a partir de infográficos. Matéria publicada na sessão no mês de setembro foi uma interpretação de dados entre 2007 e 2019 dos acidentes de trânsito no Brasil. As informações foram obtidas por meio da Polícia Rodoviária Federal e mostram tipos de veículos mais envolvidos em acidentes, principais causas e quais modais de

transporte — ferroviário, hidroviário, aeroviário — causam morte. O texto, geralmente, está dentro do infográfico. As notícias têm, assim como nos capítulos da editoria Explicado, títulos que começam com conjunções explicativas: qual, como, quem.

Veículos mais envolvidos

Carros e motos correspondem a mais de 60% dos acidentes



Veículos mais fatais

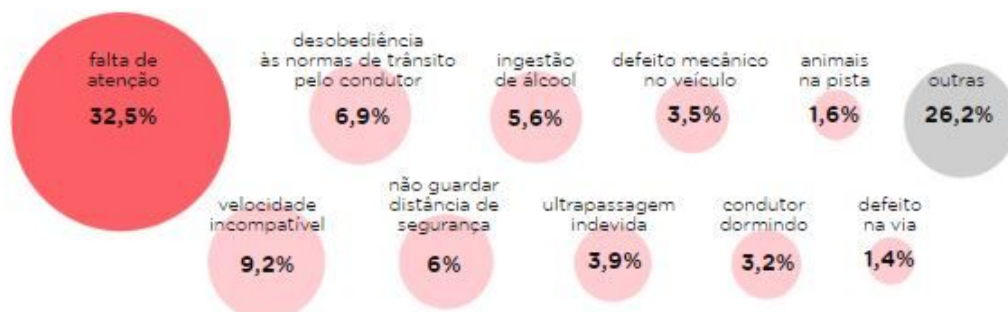
Acidentes com ônibus têm a maior proporção de óbitos entre as vítimas

■ vítimas feridas ■ vítimas fatais

Figura 2: os veículos mais envolvidos em acidentes de trânsito são os carros.

Causa principal

Falta de atenção dos motoristas corresponde a 1/3 dos casos



Causas mais letais

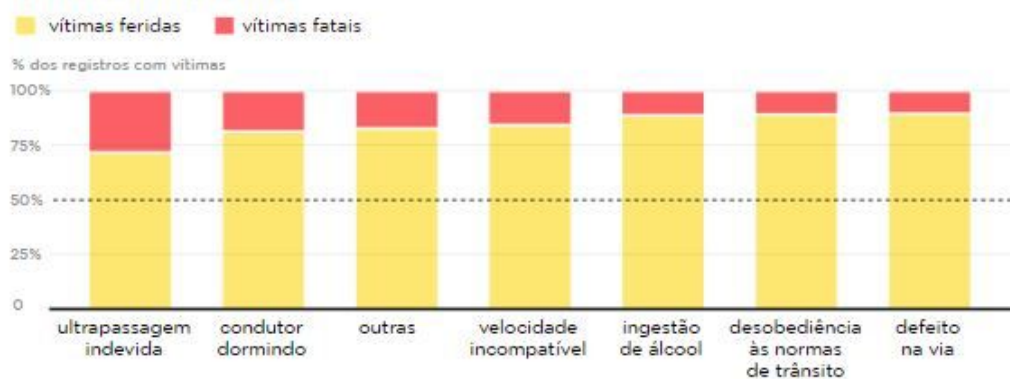


Figura 3: o jornal explora vários tipos de infográfico.

A quarta editoria, intitulada Vídeo, não deixa de ter a forma explicativa ao abordar algum assunto. Assim como as outras citadas, ainda desenvolve conteúdo geralmente incomum. Um dos vídeos publicados é sobre como o brasileiro reinventou o temaki. A comida japonesa como se conhece no Brasil é diferente da forma que é feita no Japão. Ainda que a maior parte das influências venha dos japoneses no preparo do prato, o brasileiro foi fortemente influenciado pela cultura estadunidense. O motivo é o consumo massivo no Brasil de filmes e séries dos Estados Unidos. Neles, as pessoas comiam o prato japonês e isso era sempre representado nos produtos audiovisuais. Então ingredientes usados hoje nas receitas brasileiras de sushi são norte-americanos e não asiáticos. O *cream cheese*

e *jalapeño* são exemplos, o último apesar de mexicano, chegou ao Brasil pela influência dos Estados Unidos.

O *Nexo* novamente atesta sua maneira esclarecedora de fazer jornalismo na editoria Interativo. São dois questionários por semana. Um é a respeito de algum tema aleatório e outro é para avaliar o conhecimento do leitor a respeito dos fatos da semana. No questionário da semana, o leitor responde a cinco perguntas e, caso não acerte todas ou nenhuma, o jornal incentiva ele a buscar conhecimento. O *Nexo* não deixa de cumprir o que prega: a qualificação do debate público, ao procurar sair da superfície nos textos e tentar fazer com que o leitor de uma matéria realmente entenda sobre o assunto.

O jornal sempre tenta colocar um elemento novo, e quando não atual, pelo menos não debatido o suficiente. Ao comparar duas reportagens da mesma semana, uma publicada⁸ em 23 de agosto de 2019 e outra⁹ no dia 24, uma fala sobre o papel da filosofia num mundo de nacionalismo radical. A outra sobre o que falta para a diversidade virar prática nas empresas. Na primeira, o entrevistado é o senegalês Souleymane Bachir Diagne. O doutor em filosofia é professor na Universidade de Columbia, dos Estados Unidos. Ele afirma que ainda se tem uma visão bastante europeia da filosofia e que é preciso descolonizá-la. De acordo com ele, é preciso que aqueles que lutam contra o racismo estrutural não utilizem as mesmas técnicas de quem é racista, porque “se o ataque e a defesa compartilham da mesma premissa, não vamos sair dessa crise.” O professor ainda afirma que Avicena, que viveu entre 980 e 1037, nascido em Uzbequistão, é um filósofo universal. A segunda matéria, mesmo que despretensiosamente, conversa com o conteúdo da matéria sobre o papel da filosofia, pois a entrevistada da segunda é Luana Genót. A brasileira é ativista por um mercado de trabalho menos desigual e racista. Uma das soluções a curto prazo, segundo ela, é produzir censos dentro das empresas, porque assim os gestores e presidentes de companhias conseguiriam

⁸ Disponível em:

<<https://www.nexojournal.com.br/entrevista/2019/08/24/Qual-o-papel-da-filosofia-num-mundo-de-nacionalismo-radical>> Acesso em: 5 out. 2019.

⁹ Disponível em:

<<https://www.nexojournal.com.br/entrevista/2019/08/23/O-que-falta-para-a-diversidade-virar-pr%C3%A1tica-nas-empresas>> Acesso em: 5 out. 2019.

perceber a realidade do racismo que ali se passa. Essa é a editoria Entrevista, que ocupa a posição seis na hierarquia do site.

Duas matérias da sexta editoria tem ponto de encontro na temática educação. Essas foram lançadas no mesmo dia, 11 de agosto de 2019. A primeira¹⁰ trata a respeito da crise que o Brasil enfrenta na educação e a segunda fala sobre por que acreditar em superstições pode ser ruim para o mundo. Na primeira, o entrevistado é Iago Montalvão, presidente da União Nacional dos Estudantes com mandato de 2019 até 2021. O estudante de economia da Universidade de São Paulo diz que a tentativa do Ministério da Educação de promover empreendedorismo e privatizações vai deixar universidades federais dependentes de recursos privados. Na segunda¹¹ matéria, se mostra como a crença em superstições afeta o desenvolvimento da população. O entrevistado é o psicólogo britânico Stuart Link que sempre estudou credulidades e o resultado das pesquisas feitas por ele foi o livro *Acreditar na magia: a psicologia da superstição*. Hoje, ele é sempre chamado por programas de televisão e jornais americanos para falar a respeito do assunto. Segundo ele, a sociedade tem facilidade de acreditar em notícias falsas, mas dificuldade em aceitar teorias comprovadas. Ele cita a pesquisa americana que constatou que apenas 40% dos americanos acreditavam na teoria da evolução das espécies. Por esse e outros motivos o pesquisador entende ser preciso a promoção do pensamento científico.

Na sétima editoria, o *Nexo* se preocupa em ensinar como fazer sobre diversos assuntos: votar, manter a água limpa e assuntos menos óbvios, por exemplo para quem serve cada faca de cozinha e qual melhor aplicação de cada uma. A editoria “Serviço” não tem uma regularidade de postagens. As matérias acontecem ou quando surge algum assunto, ou quando é realmente necessidade, como a matéria sobre a melhor forma de se precaver de notícias falsas que promovem um ou outro candidato. Essa matéria foi publicada em outubro de 2018, época de eleições.

¹⁰ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2019/08/11/De-ato-nas-ruas-a-reuni%C3%A3o-com-o-ministro-a-UNE-na-crise-da-educac%C3%A7%C3%A3o>> Acesso em: 6 out. 2019.

¹¹ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2019/08/11/Por-que-acreditar-em-supersti%C3%A7%C3%B5es-pode-ser-ruim-para-o-mundo>> Acesso em: 6 out. 2019.

A menos ousada das editorias talvez seja a de Ensaio. Nela, geralmente, o autor é convidado e especialista sobre determinado assunto. Matéria publicada sobre a reforma tributária e quem escreve ela é o deputado federal Alexis Fonteyne (NOVO-SP), que é engenheiro e empresário. Segundo ele, é preciso pensar com calma o novo sistema de arrecadação de impostos, não se deve optar por saídas e soluções fáceis e isso será feito facilmente, de acordo com Alexis, pois o brasileiro consegue se reinventar.

O *Nexo*, de fato, presta um serviço público à sociedade. Aspecto que mostra isso são os *podcasts* — programas feitos em áudio, jornalísticos ou não, e normalmente distribuídos por meio de plataformas digitais —, que ocupam a nona posição nas editorias. O programa mensal “Como Começar” explica, no âmbito da literatura, música e cinema, a cada episódio, a melhor maneira para conhecer algum artista, escritor, gênero de filme ou produtor. O “Escuta”, que também é gravado uma vez por mês, fala sobre algum âmbito da música, mas não somente isso, explica também o contexto, o momento e o lugar do que está sendo noticiado. Um exemplo é o episódio sobre o que é o k-pop e como ele arrasta tudo que vê pela frente.

O programa semanal “Politiquês” mostra ideias que estão sendo discutidas no debate político, um deles esclarece o que é a soberania e qual a importância de tê-la. “Durma com essa” é o mais curto dos *podcasts* — dez minutos — e acontece de segunda à quinta. No programa, os roteiristas escolhem o assunto mais relevante do dia e procuram contextualizar, mesmo que brevemente, a relevância do tema. Um exemplo de episódio¹² foi aquele que os jornalistas José Orenstein e Antonio Mammi falaram sobre o discurso da ativista Greta Thunberg na Organização das Nações Unidas. A menina sueca de apenas 16 anos ficou conhecida mundialmente em 2019 por faltar aula todas as sextas-feiras e protestar do lado de fora do parlamento sueco por mais ações que amenizassem a mudança climática do mundo.

¹² Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/podcast/2019/09/23/O-discurso-de-Greta-Thunberg-sobre-o-clima-como-ousam>

> Acesso em: 6 out. 2019.

A décima editoria é a que leva o nome de “Estante”. As matérias são sempre com o título de cinco livros sobre algum tema, que vez ou outra conversam com o que está noticiado, como a matéria de livros para entender o atual cenário político do país.

A editoria de especiais é onde o *Nexo* mostra sua maior capacidade de fazer sempre algo diferente a cada matéria. Em uma reportagem sobre o movimento Bauhaus ter completado cem anos, o jornal lista cem características a partir de dez temas separados por seções na página da matéria que mostram a importância da escola. O elemento abordado no texto, os cem anos da escola, foi aproveitado também na forma, o jornal listou os cem aspectos principais do movimento. As cores do movimento foram utilizadas na matéria para compor a identidade visual.

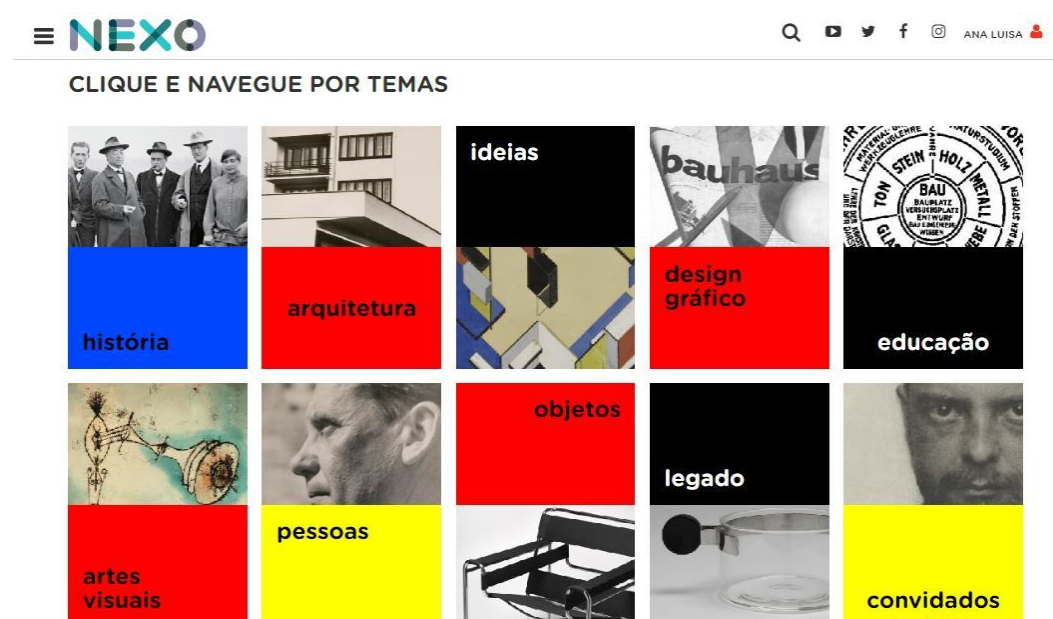


Figura 4: como é dividido os dez capítulos da matéria sobre o movimento de Bauhaus.

O *Nexo* noticiou a aprovação da reforma da Previdência pela suposta penúltima fase — pois ainda era preciso que ela fosse aprovada no segundo turno, caso não tivesse alterações no texto e ela não necessitasse retornar à Câmara. A reforma da Previdência em questão é a Proposta de Emenda à Constituição 6/2019

que se aprovada modificaria o sistema de aposentadorias. O projeto foi apresentado pelo então presidente Jair Bolsonaro. A notícia não foi para a editoria Expresso, que é onde estão matérias cotidianas. O processo da proposta da reestruturação do sistema de aposentadorias foi transformado em gráfico. O jornal entendeu que a melhor forma para passar algo tão complexo como a tramitação da Proposta de Emenda à Constituição da reforma da previdência era em forma de infográficos. Além de explicar passo a passo, simplifica a linguagem característica da política.

O jornal, além de mostrar em que ponto está a proposta, colocou ainda no infográfico o que aconteceria depois. Os elementos presentes na explicação construída pelo *Nexo* são a quantidade de deputados e senadores necessários para a aprovação em cada comissão e no plenário, quantos votos a proposta teve a favor e contra, quais as comissões que a proposta passou, qual a data de cada aprovação.

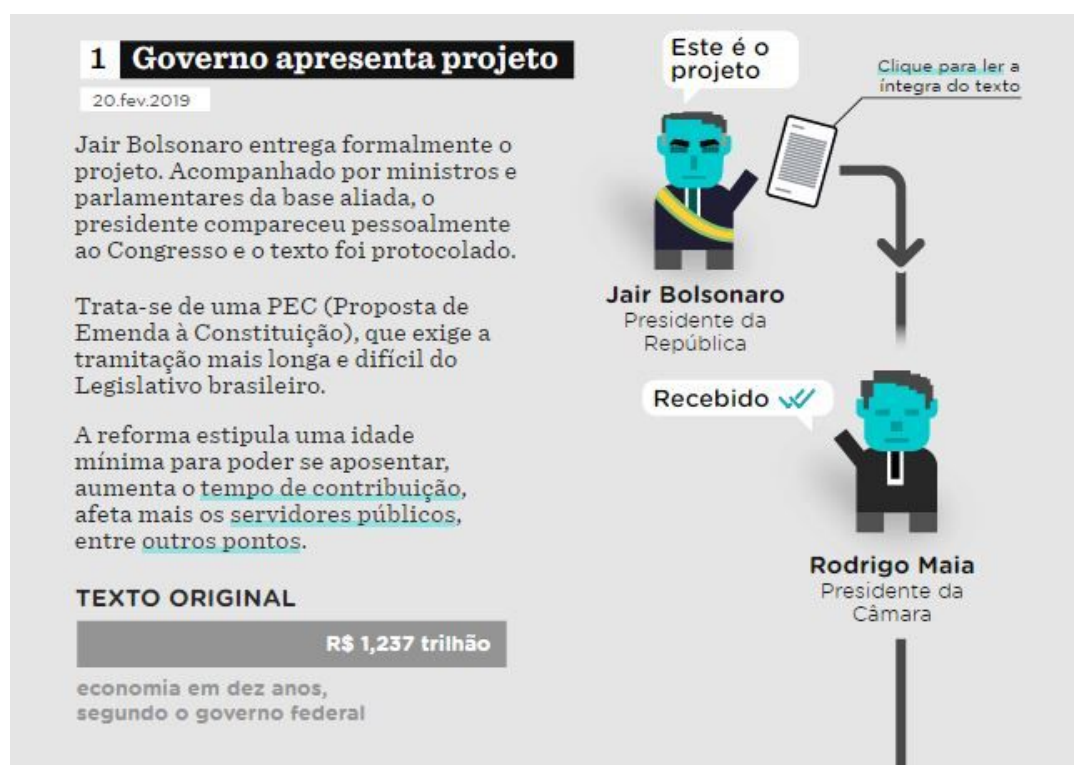


Figura 5: infográfico sobre a tramitação da reforma da Previdência em 2019.

De acordo com o *Nexo*, no contexto da aprovação da reforma da Previdência, senadores estavam em embate com o governo. A economia que a proposta geraria ao país diminuiu no Senado R\$ 76 bilhões, isso em razão de novos tópicos que parlamentares trouxeram ao projeto. Mas a matéria diz que o megaleilão do pré-sal, avaliado em R\$ 100 bilhões, é outro motivo do enfrentamento, pois os senadores querem que o dinheiro arrecadado seja distribuído igualmente entre estados e municípios.

O *Nexo* se aproveita de elementos que deixam a matéria com menos texto e mais visualmente atrativa, mas sem deixar de passar a quantidade de conteúdo necessária para a informação estar completa. A explicação na notícia¹³ sobre a partilha de recursos do pré-sal é completa assim como nas outras: quando o pré-sal foi descoberto, quais as regras de exploração, quando as normas mudaram, a disputa entre Senado e Câmara — os senadores temem que os deputados queiram modificar a partilha dos recursos. A Proposta de Emenda à Constituição 98/2019 que destina recursos do pré-sal a estados e municípios foi aprovada no início de setembro de 2019.

¹³ Disponível em:

<<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2019/10/02/O-que-%C3%A9-o-megaleil%C3%A3o-do-pr%C3%A9-sal.-E-quais-as-press%C3%B5es-do-Congresso>> Acesso em: 7 out. 2019.

Os 3 eixos do pré-sal

1 DINHEIRO PARA SAÚDE E EDUCAÇÃO

Parte do dinheiro dos royalties, que são uma espécie de compensação financeira paga pelos produtores em troca da exploração do petróleo no subsolo do país, precisa ser destinada a projetos de educação e saúde.

2 O SISTEMA DE PARTILHA

As empresas privadas que participam da exploração devem destinar um percentual do óleo extraído à União (antes, no sistema de concessão, pagavam em dinheiro). A partir de então, ganha o direito de participar da exploração quem oferece o maior percentual do petróleo extraído, e não o maior pagamento em dinheiro.

3 O OPERADOR ÚNICO

Todos os poços devem ser explorados sob a chefia da Petrobras. É a regra do operador único. A estatal pode se unir a outras empresas, nacionais ou estrangeiras, desde que seja a líder e tenha no mínimo 30% do consórcio.

Figura 6: exemplo de recurso utilizado pelo Nexa para deixar o texto mais visualmente atrativo.

R\$ 10,95 bilhões

seriam destinados aos municípios pelo
Fundo de Participação dos Municípios

R\$ 10,95 bilhões

seriam destinados aos estados pelo
Fundo de Participação dos Estados

R\$ 2,19 bilhões

seriam destinados aos estados onde o
petróleo é explorado

Figura 7: partilha dos recursos do pré-sal.

Diferentemente de outros veículos, o *Nexo* fez uma série com seis textos e pontuou os tópicos sensíveis e polêmicos da proposta da reforma da Previdência discutida em 2019 e apresenta aos leitores críticas positivas e negativas do projeto. Sempre com um especialista que defende e outro que ataca a proposta. Intitulada de “É justo?”, a série começou em abril e terminou somente em junho. A primeira matéria foi “É justo o peso da reforma da Previdência sobre os servidores?”; a segunda, “É justo mudar o benefício pago a idosos e deficientes pobres?”; a terceira, “É justo elevar o tempo mínimo de contribuição da Previdência?”; a quarta, “É justo alterar regras de aposentadoria do trabalhador rural?”; a quinta, “É justo (e viável) uma Previdência por capitalização?”; e a sexta, “É justo o projeto do governo para a reforma da Previdência?”.

O que o jornal tenta ao longo de todas essas reportagens é deixar o leitor consciente do que os especialistas pensam do projeto, tanto aqueles que são contra, quanto os que são a favor, e fazer com que o próprio leitor decida se a reforma da Previdência, e outros aspectos da Proposta de Emenda à Constituição (PEC)

6/2019, é justa ou não. O que é comum de se ver na mídia tradicional sobre a PEC são somente os passos da proposta, se passou no Senado ou na Câmara dos Deputados. Os especialistas aparecem em uma ou outra matéria, mas nunca com objetivo de promover o debate sobre a relevância e a pertinência da proposta, se ela é boa ou ruim para a população.

No primeiro texto, o *Nexo* explica a princípio o que muda para a categoria dos servidores, mas, além disso, trouxe para a matéria dois economistas que explicaram a respeito desse tópico da reforma da Previdência, sendo um contra e outro a favor. Carlos Goés, doutorando em economia pela Universidade da Califórnia e pesquisador do Instituto Mercado Popular não achava a proposta pesada demais para os servidores. De acordo com ele, os servidores são o maior déficit da Previdência (33%), e representam apenas 3% dos aposentados. José Robalinho Cavalcanti, economista, advogado e presidente da Associação Nacional dos Procuradores da República, achava a reforma pesada demais para a categoria e injusta. Cavalcanti diz o contrário de Goés. Segundo ele, o déficit do salário dos servidores — eles recebem em média muito mais do que os trabalhadores do serviço privado, muitas vezes recebendo mais do que o teto permite e a aposentadoria integral, o que gera o déficit — é o mais controlado, ou seja o que menos cresce, e ainda decai. Para ele o governo passa imagem de que os servidores são os mais privilegiados, mas não informa que os servidores também pagam 11% sobre o total do salário para previdência, enquanto um ministro do Supremo, não só ganha muito mais que um servidor e paga 10%. De acordo com o economista é injusto porque um ministro ganha trinta e nove mil reais, mas paga apenas quatro mil para a previdência.

Na segunda matéria da série, o jornal aborda o que a Proposta de Emenda à Constituição 6/2019, para além da Previdência, pretende mudar no Benefício de Prestação Continuada (BPC). O sistema assistencial é pago a idosos e deficientes pobres. A matéria expõe todos os passos do ir e vir da proposta, ações dos ministros que defenderam o tópico, visto que o Congresso Nacional e, principalmente, a oposição atacaram o projeto. O especialista que afirmou que a proposta não é boa

foi Gregório Grisa, pós-doutor em sociologia e professor do Instituto Federal do Rio Grande do Sul. Segundo ele, a proposta irá atingir mais os idosos e quem mais recebe dinheiro do sistema de assistência são os portadores de deficiência (56%).

O jornal, na terceira matéria, fala sobre ser justa a elevação da idade mínima para se aposentar. Diferente das duas primeiras matérias, nessa notícia o jornal mostra, desde o começo, posicionamento contra esse aspecto da PEC 6/2019. O *Nexo* entrevistou Fabio Giambiagi, economista do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Laura Carvalho, professora de economia na Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo (FEA/USP). Para Fabio, é fato que aumentar o tempo mínimo de contribuição afetará, principalmente, a população de baixa renda. Contudo, pontua que determinada medida não incidir sobre os estratos maiores da população não significa que ela não possa ser adotada. Para Laura, o tempo mínimo vai afetar principalmente aqueles que se aposentam por idade, pois não conseguiram contribuir muito tempo por estarem fora do mercado de trabalho e, muitas vezes, em trabalhos informais. Na quarta matéria da série, o *Nexo* entrevista Carlos Gabas, ex-ministro da Previdência no governo Dilma Rousseff, e Luis Henrique Paiva, especialista em políticas públicas e pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). Assim como nas outras reportagens que tratam das categorias específicas, a matéria que fala sobre aposentadorias rurais primeiro mostra o cenário: como é e como ficará com a aprovação da PEC 6/2019. Atualmente, o trabalhador rural é menos exigido e tem regras mais frouxas no sistema previdenciário do que aqueles que trabalham em centros urbanos. Segundo Carlos Gabas, as regras atuais mantém o trabalhador rural no campo, faz com que ele não migre para as cidades, o ex-ministro defende que o trabalhador rural é tratado de forma diferente, pois ele tem condições de trabalho distintas e mais difíceis. Para Luis Henrique Paiva, as novas regras, que se aprovadas passarão a valer, são ainda tranquilas em relação ao que deveria ser. De acordo com pesquisas feitas pelo especialista em políticas públicas, não há indícios de que seja necessária, ou de que tenha algo que justifique existir a diferença da idade mínima para

aposentar entre trabalhadores rurais e urbanos. Nessa matéria, o jornal não foi tão incisivo quanto a sua posição assim como foi na matéria sobre ser justa a elevação da idade mínima.

A penúltima matéria da série fala sobre o regime de capitalização que pretende ser implementado, não pela PEC 6/2019, mas por forma de lei complementar. O atual regime é de repartição. Quem trabalha hoje paga a aposentadoria de quem está aposentado, e a proposta é de que cada um invista na própria previdência, o que seria uma espécie de poupança. O problema que o jornal aponta nos primeiros parágrafos é que uma vez aprovada a lei, os aposentados de hoje continuarão a existir, e até então não tinha sido apresentado um regime de transição. Para Nelson Marconi, economista e professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV), a mudança é muito grande para fazer por forma de lei complementar. Para Paulo Tafner, economista, pesquisador do Ipea, a capitalização blindaria o déficit da Previdência.

Nas primeiras cinco matérias da série o *Nexo* fez aquilo que desenvolve na maioria das outras notícias do site, torna a informação visual e compreensível para o usuário que apenas lê os infográficos. Mas os debates — especialistas, um contra e outro a favor do aspecto da reforma discutido na matéria — que ficam no final das reportagens continuam restritos apenas à leitura. O jornal é inovador nesta série de reportagens na medida em que se propõe a de fato elucidar ponto a ponto da PEC 6/2019 e incitar o leitor a se questionar sobre a pertinência da proposta, uma vez que ela altera significativamente a vida dos brasileiros.

O DESTINO DO DINHEIRO

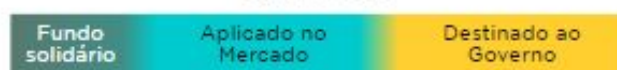
A PEC prevê a criação de um fundo solidário, que ficará com parte do dinheiro poupado e servirá para garantir que todos recebam pelo menos um salário mínimo. Não há definição sobre quanto será destinado ao fundo.

CENÁRIO 1



A PEC prevê também a possibilidade de destinar parte dos recursos ao Tesouro Nacional, que usaria o dinheiro para custear a transição e se responsabilizaria por devolver na aposentadoria. Parte do saldo poupado pelo trabalhador seria virtual.

CENÁRIO 2



A lei complementar é que vai decidir o modelo brasileiro:

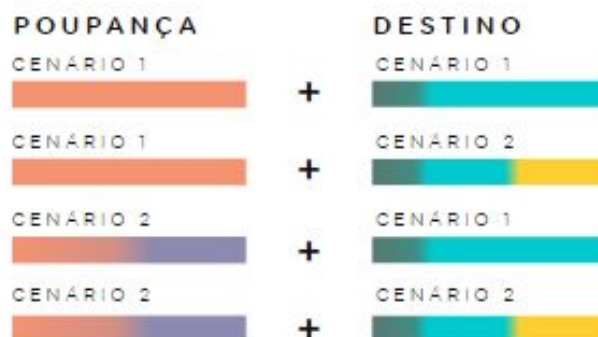


Figura 8: infográfico do Nexa que explica qual seria o destino do dinheiro

A última matéria da série sobre a reforma da Previdência traz a opinião de vinte especialistas para saber, afinal, se é justa a proposta do governo federal. A matéria se introduz com três parágrafos e as opiniões dos entrevistados são áudios de cerca de um minuto. Os que são a favor dizem que “a reforma da Previdência é mais que necessária para o país diante não só do elevado déficit nas contas

previdenciárias, mas especialmente pela dinâmica de rápido envelhecimento da população”. Os que são contra dizem que “o que o governo propõe é um ajuste fiscal nas costas do trabalhador. Nós queremos debater uma reforma, mas que cobre os devedores [...] Isso é um desmonte da seguridade social.” Na editoria “Externo” o que o *Nexo* faz é trazer o conteúdo de um artigo ou matéria de fora do jornal, seja esse artigo brasileiro ou não. Notícia traduzida¹⁴ do site australiano *The Conversation* — meio de comunicação que tem como objetivo divulgar artigos científicos e acadêmicos — fala sobre o excesso de opções no mundo moderno. A matéria trata do chamado paradoxo da escolha. Os indivíduos querem ter a maior quantidade possível de opções, porque acreditam que isso potencializará as chances de encontrar o melhor. Mas o ato de ter várias possibilidades se reverte em algo ruim, pois quando finalmente escolhem se sentem insatisfeitos ou arrependidos. Como exemplo, o autor do artigo usa a plataforma de séries, filmes e documentários Netflix e o site de relacionamentos OKCupid. O primeiro permite que o usuário escolha entre seis mil opções e o segundo mais de cinco milhões. Na editoria “Acadêmico”, o *Nexo* traz trabalhos feitos dentro de universidades — dissertações de mestrado ou teses de doutorado — e transforma isso em matéria. Quem escreve essas notícias são os próprios autores do estudo. A editoria segue o mesmo modelo do resto do jornal: o padrão explicativo. Em todas as matérias tem um índice que aponta qual pergunta a pesquisa responde, porque o tema é relevante, o resumo do estudo, quais foram as conclusões e quem deveria conhecer os resultados. Pesquisa de mestrado realizada pela administradora pública pela Universidade Estadual Paulista, Fernanda Castro Marques, analisa o sucesso do Programa de Alfabetização na Idade Certa, criado e implementado no estado do Ceará. A política pública que virou notícia¹⁵ no jornal tem como foco a formação continuada e os resultados são nítidos e bons para a educação pública. O professor é guiado pelo planejamento, pois foram estabelecidas rotinas pedagógicas de maneira qualificada. Há foco também no

¹⁴ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/externo/2019/09/27/O-excesso-de-op%C3%A7%C3%B5es.-E-o-peso-de-se-fazer-uma-escolha>> Acesso em: 7 out. 2019.

¹⁵ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/academico/2019/08/22/A-forma%C3%A7%C3%A3o-de-professores-como-pe%C3%A7a-chave-na-alfabetiza%C3%A7%C3%A3o#quais-foram-as-concluses>> Acesso em: 7 out. 2019.

conhecimento pedagógico de conteúdo. O educador consegue ainda com a formação compreender a rotina de aprendizagem de cada aluno. O programa é impactante ainda pois é adaptado à comunidade local de cada município, à identidade, limitação e características de cada região. O professor com a política pública consegue integrar práticas pedagógicas à realidade escolar cearense.

A formação de professores como peça-chave na alfabetização

Fernanda Castro Marques 22 Ago 2019 (atualizado 22/Ago 10h59)

A qual pergunta a pesquisa responde?

Por que isso é relevante?

Resumo da pesquisa

Quais foram as conclusões?

Quem deveria conhecer seus resultados?

Referências:



Esta pesquisa de mestrado, realizada na FGV (Fundação Getúlio Vargas), busca entender a contribuição da formação continuada de professores para o sucesso do Paic (Programa de Alfabetização na Idade Certa) no Ceará. A valorização dos docentes se mostrou fundamental para os resultados positivos da política educacional do estado.

Entre as conclusões, a autora destaca que são claras as características de uma formação continuada eficaz e coerente no modelo cearense, que permite o foco em conteúdo, planejamento e no desenvolvimento de atividades de participação coletiva. Além disso, de acordo com a pesquisa, a formação tem o

Dissertação:

Formação continuada de professores no “Programa de Alfabetização na Idade Certa” (Paic): Peça-chave para o sucesso da política educacional cearense?

AUTORA

Fernanda Castro Marques



Figura 9: a disposição no site das matérias da editoria acadêmico

A editoria “Profissões” segue um pouco a mesma linha que a acadêmico. Além de contar a trajetória do entrevistado, as matérias da editoria funcionam como um guia, mas com exemplos reais de pessoas que estão no mercado de trabalho e com dicas do que as pessoas que querem seguir determinada carreira devem fazer.

A penúltima editoria de nome “Léxico” é de fato um dicionário escrito pela poeta e tradutora Sofia Mariutti. A também editora lançou livro em 2017, nomeado *Patuá*, que é uma junção de poemas escritos por ela. Esse é o aspecto que o jornal se propõe a fazer para criar coisas distintas: reunir pessoas de várias áreas e profissões para tornar o que o *Nexo* faz mais rico de conteúdo.

Nessa editoria a poeta tenta relacionar as palavras para as quais ela cria o significado com algum tema atual. Na matéria¹⁶ publicada em 20 de outubro de 2019, a palavra avaliada é “censura”. Sofia Mariutti voltou na história e lembrou dois episódios: um quando integrantes do Comando de Caça aos Comunistas entraram no Teatro Ruth Escobar e bateram em atores que encenavam a peça *Roda Viva*, de Chico Buarque, e o outro episódio foi quando Caetano Veloso foi vaiado e desclassificado do Festival Internacional da Canção, depois de cantar “É proibido proibir”.

Quando a autora fala do episódio de censura em 2019 feita pelo atual prefeito do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella, a um gibi que na capa tinha um casal homossexual, ela ilustra quais tipos de censura existem, enquanto ela explica de onde vem a origem da palavra: de um verbo latino “censere”, que significa pesar, avaliar, julgar.

A última editoria é a de colonistas, que tem, geralmente, em todos os jornais. Uma das colunas, feita pela médica formada na Universidade de Campinas Alicia Kowaltowski, fala sobre como as pessoas usam a ciência para negar a ciência. Ela dá o exemplo de um indivíduo que usa eletricidade, através de um computador, para falar em redes sociais o quanto a ciência não é necessária e que se deve investir menos nela.

O *Nexo* em vista do que pode perceber transparecem ter preocupação com o conhecimento. Em uma série de textos que pertenceu à editoria em questão, o jornal divulgou profissionais importantes para a atualidade. O nome do conjunto de reportagens é “Cientistas do Brasil que você precisa conhecer”. As doze matérias são mini biografias de cientistas que atuam hoje no campo científico mundial. Em paralelo a essas reportagens, foram lançados vídeos no canal do YouTube do jornal que contam a história de outros doze cientistas que foram importantes para a pesquisa científica brasileira. A proposta do *Nexo* de produzir essas reportagens foi um dos quatorze projetos escolhidos pelo evento chamado CampSerrapilheira, em

¹⁶ Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/lexico/2019/10/20/Na-pol%C3%ADtica-e-na-psican%C3%A1lise-ela-gera-del%C3%ADrios-inintelig%C3%A9veis>> Acesso em: 21.out 2019.

2018, e recebeu financiamento de cem mil reais. Para fazer essas matérias acontecerem, o jornal teve apoio da Instituição Serrapilheira, que tem como objetivo apoiar a pesquisa e a divulgação científica no Brasil.

O *Nexo*, sim, aborda questões diferentes, temas inusitados, assuntos não falados pela mídia tradicional. Mas, o questionamento é até que ponto o jornalismo feito pelo jornal é de fato criativo? Ou seria apenas uma outra forma de noticiar — o que os editores-chefe chamam de jornalismo explicativo?

O site de notícias em que o *Nexo* se inspira, *Vox*, tem como bordão a frase: entenda as notícias. A motivação e o princípio do jornal analisado neste trabalho é sair do raso e fazer com que o leitor compreenda o assunto de fato. A criatividade, em certa medida, é alongar o pensamento e sair do que está determinado que deve ser feito. Replicar um estilo de fazer notícia estimula o jornalismo a ser repetitivo e cíclico, a sempre voltar para o mesmo lugar. Por isso é importante que novos elementos sejam acrescentados a matérias comuns e de assuntos tradicionais.

A matéria, publicada no dia 17 de outubro de 2019, sobre áudios vazados de uma conversa do presidente Jair Bolsonaro é um exemplo disso. O jornal noticiou o ocorrido: áudio de Bolsonaro que revelou disputa sobre a liderança do Partido Social Liberal (PSL) na Câmara dos Deputados, no qual o presidente articula o número de votos para que seu filho Eduardo Bolsonaro ganhe e se torne o novo líder do partido, mas isso derrubando o atual líder, Delegado Waldir. O PSL é também o partido de Bolsonaro até o momento.

Mas além desse assunto, o jornal voltou em todos os casos de áudios vazados que envolveram presidentes no exercício do cargo. Relembrou primeiro outro episódio de áudio vazado, ainda do atual governo: Bolsonaro e Bebianno. Reportagem da *Folha de S. Paulo* revelava que existiam suspeitas que o partido do presidente estava envolvido em um esquema de candidaturas laranjas durante as eleições. Gustavo Bebianno, o na época secretário-geral da Presidência da República era o presidente do PSL durante as eleições. O político disse ter conversado com Bolsonaro três vezes em um só dia para tentar transmitir normalidade no governo após o caso. O presidente negou a afirmação do secretário,

Bebianno foi exonerado do cargo e, mais tarde, áudios divulgados pela revista *Veja* confirmaram a versão de Bebianno.

O segundo caso lembrado pelo *Nexo* foi o do vazamento do áudio entre o ex-presidente Michel Temer e o empresário, dono da JBS, Joesley Batista. A Procuradoria-Geral enxergou o conteúdo do áudio como indício de que Temer dava aval para Joesley comprar o silêncio do ex-presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha.

O terceiro caso, também de Michel Temer e Marcelo Calero, ministro da Cultura no governo Temer, que pediu demissão após ser pressionado pelo ministro da Secretaria de Governo, Geddel Vieira Lima, para liberar a construção de um prédio em uma área tombada como patrimônio público. Depois que deixou o cargo, Calero entregou os áudios das conversas dele com Temer à Polícia Federal, entretanto o trecho que Geddel pressionava Calero não foi gravado.

O último caso mencionado pelo jornal foi o da autorização de grampo, concedida pelo juiz Sérgio Moro, ministro da Justiça, da conversa da ex-presidente Dilma Rousseff com o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. No telefonema, Dilma tentava tornar Lula ministro da casa-civil. Para Moro, era uma tentativa de obstrução da Justiça, uma vez que ao ocupar o cargo ele teria foro privilegiado e não seria julgado na Operação Lava Jato.

A mente funciona por meio de associações. É assim que a criatividade também opera, junta informações de vários lugares, épocas e momentos. O que o *Nexo* fez nessa matéria, em especial, foi associar mais eventos a um único.

Uma sociedade favorece a criatividade na medida em que dá chances ao indivíduo de ter experiências em inúmeras áreas. Uma sociedade que limita a liberdade para estudar, trabalhar ou ter experiências diversas, restringe as suas oportunidades e, conseqüentemente, diminui a probabilidade de contribuições criativas. Uma sociedade favorece a criatividade quando encoraja uma abertura a experiências internas e externas. (STEIN apud ALENCAR, 1974 p. 284-85)

Nesse sentido, a composição de profissionais do *Nexo Jornal* por si só já é criativa, justamente por trazer pessoas de várias áreas. O jornal não se limita a estudar, trabalhar e, principalmente, a ter experiências diversas, por isso as contribuições criativas que acontecem são inúmeras.

A principal característica criativa do *Nexo* analisada até aqui é falar de temas inusitados. Dessa forma, é compreensível que a matéria mais lida na segunda semana de outubro de 2019 seja referente a um tema peculiar e pouco falado: o novo *Dungeons & Dragons* e a cena do RPG no Brasil. A matéria é sobre um jogo de 1974, popular entre os consumidores de cultura *pop*, que agora foi relançado. Como de costume, o jornal atravessa o tema e vai além de explicar o que é RPG — um jogo de interpretação de papéis, conta também como a modalidade foi criada e porque ela é famosa ainda nos dias atuais. Enquanto no jornal *O Globo* a matéria mais lida é uma polêmica que entrou o vereador Carlos Bolsonaro (PSC-RJ), filho do presidente Jair Bolsonaro, ao chamar o senador Major Olímpio (PSL-SP) de bobo da corte. É importante lembrar aqui que, por o jornal não disponibilizar dados de audiência, não se pode avaliar a quantidade nem o tipo de público. O espectador do *Nexo* talvez possa ser diferente do jornal *O Globo*.

Não se sabe a quantidade de acesso que o *Nexo* tem, pois ele não disponibiliza essa informação, mas é provável que seja uma audiência menor do que o jornal mais antigo e tradicional *O Globo* — fundado em 29 de julho de 1925, pertencente ao Grupo Globo, que é o maior ajuntamento de mídia do Brasil, foi ainda o primeiro jornal a circular nos domingos. Apesar de ainda ser considerado de pequeno porte, com sua origem em 2015, o *Nexo Jornal* conseguiu se manter até o presente ano, 2019.

O *Nexo* é independente, não é financiado por grandes empresas e surgiu da iniciativa de pessoas que sentiram vontade de realizar um tipo de jornalismo que ainda não era feito aqui no Brasil. A redação do veículo começou com cerca de quinze pessoas, em 2015, e hoje tem mais de trinta profissionais. Apesar de não estarem disponíveis informações sobre audiência, a partir desse fato é possível

afirmar que o jornal cresceu. E isso pode ser em razão de ele produzir uma outra lógica de jornalismo que não está sendo apresentada por outros veículos de comunicação. Seria o jornalismo explicativo somado à criatividade na forma com que se passa as informações.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *Nexo Jornal*, analisado neste trabalho, é um veículo da mídia que propõe aplicar à sua produção um método não utilizado por nenhuma outra empresa no Brasil: o jornalismo explicativo. Existem outros jornais que conseguem produzir matérias com conteúdos aprofundados, como o jornal online da *BBC* e o *El País*, mas nem todos eles se preocupam em fazer com que o leitor compreenda em sua completude um assunto. Os editores do *Nexo* dizem que o objetivo das matérias é aprofundar o debate público e não apenas ficar no óbvio da questão abordada.

Além de fazer matérias extensas, os repórteres sempre tentam elucidar algum tema para o leitor por meio de perguntas nos títulos e subtítulos, e as respostas estão ao longo do texto. O *Nexo* não tem a preocupação de colocar como manchete assuntos que estão sendo veiculados por outros meios de comunicação, as matérias de destaque do site geralmente são pautas frias — notícias com acontecimentos que não são recentes.

O jornal dá outros nomes para as editorias que não são títulos usados comumente por outros veículos, como exemplo a editoria que é apenas de gráficos. As matérias são sobre um assunto, mas sem parágrafos para explicar, a notícia é um conjunto de infográficos. O que o *Nexo* demonstra em grande medida é que é possível realizar outro tipo de jornalismo, usar diferentes abordagens ao se veicular uma notícia, ser criativo e ainda inovador. Esta é a percepção de criatividade enxergada no *Nexo Jornal* a partir deste trabalho.

A criatividade é condição que está presente em todos os indivíduos. À medida que o ser humano se socializa essa característica é podada, ajustada e moldada aos padrões estabelecidos pela sociedade e presentes na cultura. Para uma pessoa ser criativa, então, é necessário que ela se liberte de muitas barreiras e de uma construção que a limita de pensar em formatos diferentes.

No entanto, o jornalismo para funcionar e existir precisa ter rotinas, e é importante que essas rotinas estejam dentro de um padrão pré-estabelecido. Sem o hábito do redator de selecionar a pauta, apurar, entrevistar fontes e escrever a

matéria seria muito difícil de o jornalismo ter êxito e acontecer. O jornalista precisa saber para onde ir, e isso se tornou um costume tão forte que atualmente o redator espera a pauta chegar, ao invés de procurar por ela. Ou seja, o jornalista neste quesito é o contrário de criativo, que é fazer o que não se está acostumado.

Mas isso não significa que o jornalista não use a própria capacidade criativa, pois sempre no processo de criação a criatividade é exercida em algum nível. Ao perceber esse potencial o redator consegue elaborar textos melhores, mais atrativos, incomuns e consegue ainda entender a necessidade de produzir outro tipo de jornalismo, como é o caso do *Nexo Jornal*. É importante destacar que o jornalismo não tem que ser criativo sempre, e isso também não seria possível em razão da lógica da produção da notícia.

O questionamento que é debatido no desenvolvimento deste trabalho é de se o jornalismo feito pelo *Nexo* é somente diferente e não necessariamente criativo. Pode se inferir que tudo aquilo que tende a ser um novo método de existir, tudo aquilo que procura sair do que foi estabelecido como padrão pode ser considerado criativo.

É possível fazer jornalismo de outra forma. A criatividade funciona como uma ferramenta que vai permitir o surgimento de novos métodos, e não somente em qual categoria de jornalismo, mas nas rotinas da profissão também. O *Nexo*, veículo de comunicação analisado neste trabalho, procura utilizar a melhor maneira que um fato pode ser noticiado para que esse formato faça o público ter mais acessibilidade ao entendimento do assunto.

REFERÊNCIAS

ANDREASEN, C. Nancy. **Secrets of the Creative Brain**. 2014. <<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2014/07/secrets-of-the-creative-brain/372299/>>. Acesso em: 24 ago. 2019.

ALENCAR, Eunice Soriano de. **Criatividade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1993.

ALENCAR, Eunice Soriano de; SOBRINHO, Asdrúbal Borges Formiga. **A gestão da criatividade: cultivando a criatividade nas organizações**. Curitiba: Editora Primas, 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.

BOURDIEU, Pierre. Espaço social e poder simbólico. In: BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2004. p. 149-168.

DA SILVA FILHO, Antonio Mendes. **Daydream: Criatividade em ação**. Espaço Acadêmico, [S.l.], v. 143, p. 60-62, abr. 2013. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/20365/10681>> . Acesso em: 29 set. 2018

CHATEAU, Jean. **Las fuentes de lo imaginario**. México: Fondo de Cultura Económica, 1976.

COSTA, Luciano Martins. **Escrever com criatividade**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2011. 122 p. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=luciano%2520martins&searchpage>

=1&filtro=todos&from=busca&page=0&ion=0#/edicao/3437>. Acesso em: 02 nov. 2018.

FILHO, Adelmo Genro. **O Segredo da Pirâmide** (Para uma Teoria Marxista do Jornalismo). 1987. 276 p. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1987. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/75390>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

FINK, K.; SCHUDSON, M. The rise of contextual journalism, 1950s–2000s. In: **Journalism**, Vol. 15, 2014, p. 3-20.

LAURINDO, Roseméri J.; D'ÁVILA, Jean Carlos. **O Processo Criativo na Publicidade**. Mediação, Belo Horizonte, p. 88-104, jan. 2007. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/265/262>>. Acesso em: 29 set. 2018.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **O Primado da Percepção e Suas Consequências Filosóficas**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2015. 82 p. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=percep%25C3%25A7%25C3%25A3o&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=0&ion=0#/edicao/153045>>. Acesso em: 30 set. 2018.

NAKANO, Tatiana de Cássia. **Criatividade e inteligência em crianças: habilidades relacionadas?**. Campinas: [s.n.], 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722012000200003&lng=en&tlng=en>. Acesso em: 02 set. 2018.

NORRIS, A. **What is explainer journalism?** Fipp, 1 jun. 2015. Disponível em: <<https://www.fipp.com/news/opinion/what-is-explainer-journalism>> Acesso em: 10 dez. 2019.

PENA, Felipe. **Jornalismo literário**. São Paulo: Contexto, 2006. 146 p. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=jornalismo%2520liter%25C3%25A1rio&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=0&ion=0#/edicao/1220>>. Acesso em: 02 nov. 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

VIRGOLIM, Angela M. R.; KONKIEWITZ, Elisabete Castelon (Org.). **Altas habilidades/superdotação, inteligência e criatividade: Uma visão multidisciplinar**. 1. ed. Campinas: Editora Papirus, 2016. 484 p. Disponível em: <shorturl.at/atENU>. Acesso em: 29 set. 2018.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

ZOGBI, Edson. **Criatividade: o comportamento inovador como padrão natural de viver e trabalhar**. São Paulo: Atlas, 2014.

LINKS

<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2019/08/29/Este-site-disponibiliza-mais-de-3.000-filmes-canadenses-gratuitos>

<https://www.nexojournal.com.br/especial/2019/08/19/As-plantas-lembram-veem-se-mo-vem-e-se-comunicam>

<https://brasil.estadao.com.br/blogs/em-foca/por-que-fazer-um-grafico-para-esse-assunto-a-metodologia-do-nexo-jornal/>

<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-18238-alem-da-noticia-site-brasileiro-ino-va-ao-investir-em-jornalismo-de-contexto-e-multidis>

<https://www.nexojournal.com.br/especial/2016/02/15/Nomes-de-ruas-dizem-mais-sobre-o-Brasil-do-que-voc%C3%AA-pensa>

<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2019/09/26/Como-%C3%A1reas-violentas-a-fetam-a-sa%C3%BAde-mental-das-crian%C3%A7as>

<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2019/09/26/Quais-as-mudan%C3%A7as-no-s-neg%C3%B3cios-das-empresas-a%C3%A9reas-no-Brasil>

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/09/25/camara-mantem-veto-de-bolsonaro-que-permite-cobranca-de-bagagens.ghtml>

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/09/congresso-mantem-cobranca-por-bagagens-despachadas-em-voos-domesticos.shtml>

<https://www.nexojournal.com.br/explicado/2019/05/26/Censo-e-hist%C3%B3ria-os-dados-como-b%C3%BAssola-para-a-a%C3%A7%C3%A3o-p%C3%ABlica>

<https://www.nexojournal.com.br/explicado/2019/08/03/Depress%C3%A3o-do-estigma-ao-transtorno-de-grandes-propor%C3%A7%C3%B5es>

<https://www.nexojournal.com.br/grafico/2019/09/26/Qual-o-perfil-dos-acidentes-de-tr%C3%A2nsito-nas-rodovias-do-Brasil>

<https://www.nexojournal.com.br/video/video/Como-o-brasileiro-reinventou-o-temaki.-E-o-boom-das-temakerias>

<https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2019/08/24/Qual-o-papel-da-filosofia-num-mundo-de-nacionalismo-radical>

<https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2019/08/23/O-que-falta-para-a-diversidade-virar-pr%C3%A1tica-nas-empresas>

<https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2019/08/11/De-ato-nas-ruas-a-reuni%C3%A3o-com-o-ministro-a-UNE-na-crise-da-educa%C3%A7%C3%A3o>

<https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2019/08/11/Por-que-acreditar-em-supersti%C3%A7%C3%B5es-pode-ser-ruim-para-o-mundo>

<https://www.nexojornal.com.br/servico/2018/10/26/10-mentiras-do-2%C2%BA-turno.-E-como-se-precaver-no-domingo>

<https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2019/Em-busca-de-uma-reforma-tribut%C3%A1ria-padr%C3%A3o-universal>

<https://www.nexojornal.com.br/podcast/2019/06/28/O-que-%C3%A9-k-pop.-E-como-ele-arrasta-tudo-que-v%C3%AA-pela-frente>

<https://www.nexojornal.com.br/podcast/2019/03/24/O-que-%C3%A9-soberania.-E-por-que-ela-%C3%A9-t%C3%A3o-importante>

<https://www.nexojornal.com.br/podcast/2019/09/23/O-discurso-de-Greta-Thunberg-sobre-o-clima-como-ousam>

<https://www.nexojornal.com.br/especial/2019/03/31/Movimento-Bauhaus-100-anos-da-escola-e-a-constru%C3%A7%C3%A3o-do-s%C3%A9culo-20>

<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2019/05/28/O-caminho-da-reforma-da-Previd%C3%Aancia-no-Congresso-Nacional>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/10/02/O-que-%C3%A9-o-megaleil%C3%A3o-do-pr%C3%A9-sal.-E-quais-as-press%C3%B5es-do-Congresso>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/04/08/%C3%89-justo-o-peso-da-reforma-da-Previd%C3%Aancia-sobre-os-servidores>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/04/15/%C3%89-justo-mudar-o-benef%C3%ADcio-pago-a-idosos-e-deficientes-pobres>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/04/23/%C3%89-justo-elevar-o-tempo-m%C3%ADnimo-de-contribui%C3%A7%C3%A3o-da-Previd%C3%Aancia>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/05/01/%C3%89-justo-alterar-regras-de-aposentadoria-do-trabalhador-rural>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/05/10/%C3%89-justo-e-vi%C3%A1vel-uma-Previd%C3%Aancia-por-capitaliza%C3%A7%C3%A3o>

<https://www.nexojornal.com.br/especial/2019/06/01/%C3%89-justo-o-projeto-do-governo-para-a-reforma-da-Previd%C3%Aancia>

<https://www.nexojornal.com.br/externo/2019/09/27/O-excesso-de-op%C3%A7%C3%B5es.-E-o-peso-de-se-fazer-uma-escolha>

<https://www.nexojornal.com.br/academico/2019/08/22/A-forma%C3%A7%C3%A3o-de-professores-como-pe%C3%A7a-chave-na-alfabetiza%C3%A7%C3%A3o#quais-fo-ram-as-conclusões>

<https://www.nexojornal.com.br/lexico/2019/10/20/Na-pol%C3%ADtica-e-na-psican%C3%A1lise-ela-gera-d%C3%ADrios-inintelig%C3%ADveis>

<https://www.nexojornal.com.br/colunistas/2019/Usando-a-ci%C3%Aancia-para-negar-a-ci%C3%Aancia>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/06/17/Cientistas-do-Brasil-que-voc%C3%AA-precisa-conhecer-ontem-e-hoje>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/10/09/O-novo-Dungeons-Dragons.-E-a-cena-do-RPG-no-Brasil>

<https://oglobo.globo.com/brasil/carlos-bolsonaro-chama-major-olimpio-de-bobo-da-corte-senador-rebate-moleque-24015631>

<https://awards.journalists.org/entries/nexo-jornal/>

<https://www.nexojornal.com.br/especial/2016/08/23/As-m%C3%BAsicas-dos-100-anos-com-samba>